الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الحاج لخضر باتنة
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية
قسم: أصول الدين/ فرع: دعوة وإعلام

نيابة العمادة لما بعد التدرج
والبحث العلمي والعلاقات الخارجية

استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية

-دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام

إعداد الطالبة:
مديحة جيطاني

إشراف الأستاذ الدكتور
محمد زرمان

لجنة المناقشة

الإسم و اللقب	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
د. نادية وزناجي	أستاذ محاضر	جامعة الحاج لخضر باتنة	رئيسا
د. محمد زرمان	أستاذ محاضر	جامعة الحاج لخضر باتنة	مقررا
د. مصطفى حميداتو	أستاذ محاضر	جامعة الحاج لخضر باتنة	عضوا
د. محمد مراح	أستاذ محاضر	جامعة أم البواقي	عضوا

السنة الجامعية: 2009- 2010 م
1430-1431 هـ

الإهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله

وأصلي وأسلم على المصطفى محمد – صلى الله عليه وسلم-

وبعد:

بداية أهدي هذا العمل إلى من فاض علي فضلهما وإحسانهما

*** والدي الكريمين ***

أسأل الله أن يحفظهما ويرعاهما وأن يختم بالصالحات أعمالهما

إلى **إخوتي وأخواتي**

إلى صديقاتي العزيزات: عقيلة، سعيدة، نرجس، سامية، أمال، جميلة، عبير،

نجوى، نصيرة، ربيعة، براءة، فتيحة

أسأل الله لهن التوفيق والسعادة في الدارين

شكر وعرفان

الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا العمل المتواضع

وأتقدم بالشكر والتقدير لأستاذي المشرف: الأستاذ الدكتور محمد زرمان عرفانا بمجهوداته في الإشراف على هذا البحث ومتابعته

كما أشكر شكرا جزيلا كل الأساتذة الذين أعانوني بنصائحهم وتوجيهاتهم أذكر منهم: الدكتور أحمد عيساوي، الدكتورة رحيمة عيساني، الأستاذ الدكتور فضيل دليو، الدكتور نور الدين سكحال، الأستاذ أحمد عبدلي، الأستاذة رقية بوسنان، الأستاذ حمدي محمد الفاتح.

ولا يفوتني أن أشكر أعضاء لجنة المناقشة على جهودهم في قراءة هذا البحث وإثرائه بملاحظاتهم القيمة.

مقدمة

يشهد عالمنا اليوم انفجارا تكنولوجيا هائلا في عالم الاتصال و المعلومات، هذا التطور الكبير كان في زمن غير بعيد ضربا من الخيال، لكنه اليوم واقع ملموس جعل العالم على حد تعبير "ماكلوهان" " قرية كونية "، وهناك وسائل عدة أفرزها هذا الانفجار التكنولوجي وأهمها :"شبكة الإنترنت "، وتكتسب هذه الأخيرة أهمية كبيرة في حياة الناس بشتى مجالاتها لما تتميز به من: سرعة، تفاعلية،عالمية انتشار، يسر استخدام، تنوع الخدمات ...الخ، مما يجعلها من الوسائل الفعالة في نشر المعلومات والأخبار، والأفكار والمذاهب بغض النظر عن مرجعياتها وغاياتها وآثارها، ولما كانت نواة نشأة الإنترنت في الدول الغربية وتحديدا في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد كانت هذه الأخيرة أعلم بخصائص الشبكة وأسبق إلى استغلال إمكاناتها في نشر الكفر والإلحاد، وإشاعة الجريمة والفساد ونشر الأفكار الهدامة المعادية للإسلام، هادفة بذلك القضاء على خصوصيات مختلف الدول :الدينية، الثقافية، السياسية، الاجتماعية ...الخ، وتنميط العالم وصياغته على النموذج الغربي المادي، وقد لعبت الإنترنت دورا كبيرا في نشر هذا الفساد من خلال مواقع العنف والجريمة والفساد بكل أنواعه خاصة في غياب قانون يراقب ويضبط محتوى الإنترنت.

وغالبية دول العالم ترى أنه لابد من وضع صيغة معقولة لمعالجة هذا الأمر، بينما تصر بعض الدول الأوربية والأمريكية على إبقاء الأمر على ما هو عليه دون محاولة لتقييد التدفق الحر عبر الشبكة، بل إن بعضها يشهد حملات لإزالة أي نوع من القيود على حركة المعلومات، وحتى الذين حاولوا إصدار تشريعات تضبط بعض ما تقدمه الشبكة كالجزء الخاص بالجنس مثلا – مع الإبقاء على الأشياء الأخرى حرة – لم ينجحوا، ولجأت بعض التجمعات في أوربا للوصول إلى اقتراح حل وسط لا تفرض رقابة على المواد الموجودة في الإنترنت، ولكنها تدعو إلى تصنيفها مسبقا ووضع علامات عليها توضح نوعها ومدى صلاحيتها لقطاعات معينة لمستخدمي الشبكة كالجنس بالنسبة للأطفال، حتى هذا الاقتراح لم يجد قبولا، بل على العكس وجد حملة ضارية في مواجهته، واعتبر نوعا من الحد من حرية التعبير وتدفق المعلومات، ووصف بأنه غير دستوري.

فإذا علمنا خبث الدول الغربية وعملها المتواصل من أجل تمييع أخلاق مختلف الشرائح في المجتمع – خاصة الشباب باعتبارهم الشريحة الفعالة في بناء المجتمعات ورقيها – أدركنا حجم المسؤولية الملقاة على عاتق العلماء المسلمين والدعاة لدفع هذه المناكر.

وقد ساهم بعض المسلمين في خدمة الإسلام وأداء واجبهم الدعوي بإنشاء مواقع إسلامية على شبكة الإنترنت تدعو إلى الإسلام وتنافح عنه: ترد أكاذيب المضلين وشبهات المبطلين، ورغم تأخرها في الظهور لتأخر دخول الإنترنت إلى الدول العربية من جهة، وتقصير العاملين للإسلام في الدعوة إلى الله عبر هذه الوسيلة من جهة أخرى، إلا أن عدد هذه المواقع يزداد مع مرور الأيام، وهي بهذا تنافس المواقع الإباحية ومختلف مواقع الكفر والإلحاد،وتخفف من آثارها السلبية خاصة على الشباب – باعتبارهم الشريحة الأكثر استخداما للإنترنت في الدول العربية والإسلامية – ومن الأهمية بمكان تخصيص دراسة تبحث في عادات وأنماط واتجاهات الشباب الجامعي نحو المواقع الإسلامية، وكذا مختلف الدوافع والحاجات التي تدفعهم إلى استخدامها، واستكشاف بعض نتائج وآثار هذا الاستخدام، وهو ما تتناوله هذه الدراسة الموسومة بـــ: " استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية "– دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات –، ومن أجل معالجة هذا الموضوع اتبعت خطة تتكون من مقدمة وخمسة فصول: الفصل المنهجي، فصلين في الجانب النظري، وفصلين في الجانب الميداني وخاتمة.

يشكّل الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة ويندرج تحته مبحثين: المبحث الأول يعالج الإشكالية والدراسات السابقة تناولت فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أهمية الدراسة وأهدافها، تحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة، والمبحث الثاني بعنوان: منهج الدراسة وإجراءاتها وتناولت فيه: منهج الدراسة، مجتمع الدراسة وعينته، أدوات جمع البيانات وتحليلها.

وتناولت في الفصل الثاني نظرية الاستخدامات والإشباعات وتعتبر المدخل النظري لموضوع الدراسة، اندرجت تحته أربعة مباحث: استعرضت في المبحث الأول الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والإشباعات، وفي المبحث الثاني مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات، وفي المبحث الثالث عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات، وعالج المبحث الرابع نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات والرد على ذلك.

أما الفصل الثالث فتناولت فيه الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، وقسّمته إلى مبحثين: المبحث الأول يتكلم عن طرق الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت وتحدياتها، جاء فيه التعريف بالدعوة الإسلامية لغة واصطلاحا، طرق الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، وتحديات الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت وسبل مواجهتها، أما المبحث الثاني فجاء بعنوان: المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، وتناولت فيه: نشأة المواقع الإسلامية، تصنيفها، نماذج عن المواقع الإسلامية، وملاحظات عامة حولها.

عالجت في الفصل الرابع عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، وتندرج تحته ثلاثة مباحث: المبحث الأول بعنوان: خصائص أفراد عينة الدراسة، أما المبحث الثاني فتعرضت فيه إلى عادات تصفح أفراد عينة الدراسة للمواقع الإسلامية، وعالج المبحث الثالث أنماط تصفح أفراد عينة الدراسة للمواقع الإسلامية.

وجاء الفصل الخامس والأخير بعنوان: اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو المواقع الإسلامية، تناولت فيه أيضا ثلاثة مباحث، جاء في المبحث الأول الاتجاهات نحو خصائص المواقع الإسلامية، وعالج المبحث الثاني الاتجاهات نحو انعكاسات المواقع الإسلامية، أما المبحث الثالث فعبارة عن اقتراحات أفراد عينة الدراسة للتحسين من أداء المواقع الإسلامية، واختتمنا الدراسة بالنتائج المتوصل إليها.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الأول: الإشكالية والدراسات السابقة

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

2- أهمية الدراسة وأهدافها

3- تحديد مفاهيم الدراسة

4- الدراسات السابقة

المبحث الثاني: منهج الدراسة و إجراءاتها

1- منهج الدراسة

2- مجتمع الدراسة وعينته

3- أدوات جمع البيانات وتحليلها

الفصل الأول:الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الأول: الإشكالية والدراسات السابقة

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

أ- إشكالية الدراسة :

إنّ نعمة الإسلام من أجلّ نعم الله على عباده، فقد كرم – سبحانه وتعالى– الإنسانية بالإسلام، وجعل المسلمين خير أمة إذا التزموا به ودعوا غيرهم من الأمم إلى الالتزام به، قال تعالى: ﴿ كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللّهِ ... ﴾ **سورة آل عمران، الآية (110)، بل أوجب الدعوة على المسلمين بقوله تعالى:** ﴿ادْعُ إِلِى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ **سورة النحل، الآية (125)، وقال أيضا:** ﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ **سورة فصلت، الآية (33)، وتأسيسا على هذه الآيات، ونظرا إلى واقعنا المتردي – نحن المسلمين – والإنسانية جمعاء، يتجلى بوضوح أن الدعوة إلى الإسلام: واجب شرعي، وضرورة إسلامية، وحاجة إنسانية، وضرورة كونية.**

وإن من مقتضيات الدعوة إلى الله بالحكمة –كما أمرنا الله عز وجل– استغلال آخر ما توصلت إليه الإنجازات البشرية في تطوير تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وتعتبر شبكة المعلومات الدولية – الإنترنت– من أبرز ملامح هذا التطور التكنولوجي، لذلك لجأ بعض الدعاة والعاملين في حقل الدعوة الإسلامية إلى استغلال هذه الوسيلة بكل ما تقدمه من خدمات وإمكانات في التعريف بالإسلام والدعوة إليه، ودفع الشبهات والأباطيل عنه، وأهم وسائل وقنوات الدعوة عبر الإنترنت: المواقع الإسلامية، وهي تكثر وتتنوع مع مرور الوقت، مما يعطي أهمية بالغة للبحث في هذا المجال، لمعرفة مدى الإقبال على هذه المواقع من طرف الشباب، وكذا المواقع الأكثر تفضيلا، واتجاهات الشباب الجزائري نحو الأركان المتنوعة في هذه المواقع، ومختلف دوافعهم إلى ذلك – خاصة مع وجود مواقع منافسة أكثر عددا وأشد جذبا تحوي كل ما يناقض الإسلام ويضرب أسسه، مع كثرة انجذاب الشباب إليها وتأثرهم بها –، كل هذه النقاط تساهم في تقييم المواقع الإسلامية والخروج ببعض الاقتراحات والنتائج التي من شأنها رفع كفاءة هذه المواقع، ورقيها بالدعوة الإسلامية لتجد طريقها إلى الانتشار بين الأمم المختلفة من جهة، ولتكون في مستوى مجابهة التحديات بمختلف أشكالها من جهة أخرى.

من هنا يمكن صياغة الإشكالية الآتية:

ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية؟ وما هي اتجاهاته نحوها؟

ب- التساؤلات:

للإجابة بوضوح عن إشكالية الدراسة، نورد التساؤلات الآتية:

- ما هي خصائص أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمون المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت ؟

- ما هي عادات وأنماط تصفحهم للمواقع الإسلامية ؟

- ما هي اتجاهات المبحوثين نحو محتويات المواقع الإسلامية ؟ وما هي الدوافع والحاجات المتحكمة في هذه الاتجاهات ؟

- ما هي آراء الشباب الجامعي حول المواقع الإسلامية: سواء من حيث المضمون، أو طريقة عرض هذا المضمون ؟

2- أهمية الدراسة وأهدافها:

أ- أسباب اختيار الموضوع:

- رغبة الباحثة في معرفة مدى استخدام الشباب الجامعي الجزائري للمواقع الإسلامية، ومدى اتجاهه للدعوة الإسلامية في هذه المواقع بالمقارنة لاتجاههم الكبير نحو بعض خدمات الإنترنت الأخرى: كالدردشة مثلا، من جهة، واتجاههم نحو المواقع الإباحية من جهة أخرى.

- قلة البحث في هذا المجال - أي استخدامات الجمهور عموما للمواقع الإسلامية - باستثناء بعض الدراسات التي تناولت الدعوة الإسلامية في بعض المواقع الإسلامية، دون تخصيص البحث لدراسة اتجاهات الجمهور نحو هذه المواقع.

- التطلع إلى النهوض بالخطاب الدعوي في هذه المواقع، من خلال تلمس نقاط الضعف ونقاط القوة المستشفة من آراء واقتراحات المستخدمين، واستغلال هذه الآراء والاقتراحات في تحسين هذه المواقع سواء مضمونا أو شكلا.

- حاجة المكتبة الإعلامية في الجزائر إلى هذا النوع من الدراسات والتي تشرح طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام ومحتوياتها، والجمهور من أهم عناصر العملية الاتصالية، وفهم دوافعه واحتياجاته من التعرض تساعد القائمين على أمور المجتمع في كل المجالات خاصة في المجال الإعلامي على إرضاء احتياجات الجمهور وتوجيه سلوكهم التوجيه الصحيح.

ب- أهمية الدراسة:

- كون موضوع "استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية " يزاوج بين موضوعين في مجالين مختلفين : مجال الدعوة ومجال الإعلام، ويبين مدى أهمية وسائل الإعلام والاتصال الحديثة وفي مقدمتها " الإنترنت " في نشر الدعوة الإسلامية من خلال المواقع الإسلامية، ومدى إقبال الشباب الجامعي في الجزائر على الوسائل والأساليب الجديدة في نشر الدعوة الإسلامية ممثلة في المواقع الإسلامية على حساب الوسائل والأساليب التقليدية كالمحاضرات والخطب مثلا.

- هذا الموضوع حديث حداثة ظهور المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، حيث تسلط هذه الدراسة الضوء على طبيعة استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية: عادات وأنماط الاستخدام، الدوافع الباعثة إليه، وكذا النتائج والآثار المترتبة عليه.

جـــ- أهداف الدراسة:

- توعية القائمين على المواقع الإسلامية باهتمامات واحتياجات الشباب الجامعي والمواضيع التي يفضلونها من بين محتوى هذه المواقع، لتحسين أدائها وبالتالي جذب عدد أكبر من الشباب نحوها والنأي بهم بعيدا عن مواقع الفساد بشتى أشكاله.

- إثراء المكتبة الإسلامية بهذا النوع من الدراسات التي تهتم باتجاهات الشباب الجامعي نحو الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت.

3- تحديد مفاهيم الدراسة:

إن أبرز الدوافع لتحديد مفاهيم أية دراسة اختلاف الدارسين حول تحديد أغلبية المفاهيم كل حسب تخصصه، لذلك فإن ضبط بعض المصطلحات والمفاهيم الواردة في عنوان الدراسة ضروري لدفع الالتباس الذي قد يحدث مع غيرها من المفاهيم المشابهة، ونتطرق في هذه الدراسة إلى تعريف المفاهيم الآتية:

أ- الاستخدام:

" قد ينصرف معنى (الاستخدام) إلى الأداء التقني فيصبح المعنى معلق على التحكم وإدارة النظم المختلفة للإنترنت، من تشغيل وإبحار على النسيج والقدرة على انتقاء المحتوى

المتموقع خلف العقد والروابط، ثم القدرة على معالجته؛ تخزينا واسترجاعا و/ أو إنتاجا للمحتوى، وكذا إعادة إنتاجه.

كما يمكن أن يعالج المفهوم كنشاط ذا طابع اجتماعي وثقافي داخل على المنظومة السلوكية السابقة الوجود، حينئذ لا يصبح الاستخدام مجرد فعل عابر منفصل عن التكوين النفسي والمادي لشخصية الفرد المستخدم، بل يتخذ شكل نماذج استخدامية تتجلى أساسا في التكرار والاستمرار الذي يحيلها إلى عادات متكاملة مع باقي ممارسات الحياة اليومية – للمستخدم –، بهدف فرضها ودمجها واقعيا في إطار الموروثات الثقافية المسبقة، كممارسة نوعية قد تندمج فيها أو تتباين عنها في مقابل ممارسات أخرى منافسة أو متصلة بها ... " [1].

ونقصد بالاستخدام في هذه الدراسة عملية تصفح المواقع الإسلامية التي يقوم بها الفرد على الإنترنت، وعادات وأنماط هذا التصفح، وحاجات ودوافع الشباب الجامعي لتصفح المواقع الإسلامية، وأخيرا الإشباعات المحققة من هذا التصفح:

– عادات التصفح:

تعريف العادة:

" العود: الرجوع إلى الشيء بعد الانصراف عنه إما انصرافا بالذات، أو بالقوة، أو بالعزيمة، ومنه قول الله تعالى: ﴿ رَبَّنَا أَخْرِجْنَا مِنْهَا فَإِنْ عُدْنَا فَإِنَّا ظَالِمُونَ **سورة المؤمنون، الآية (107)، ويقال إعادة الشيء مثل إعادة الحديث، أي قوله مرة ثانية، وعن الفعل عندما يكرر مرتين أو أكثر، مثل قول الله تعالى:** ﴿... سَنُعِيدُهَا سِيرَتَهَا الْأُولَى **سورة طـــه، الآية (21).**

والعادة اسم لتكرار الفعل والانفعال حتى يصير تعاطي ذلك سهلا كما لو أنه من داخل الطبع، ولذلك قيل: العادة طبيعة ثانية، إلا أن هنالك فرقا بين العادة والعرف، فالعادة هي العمل المكرر من الفرد، والعرف هو العمل المكرّر من الجماعة.

والعادة تتأتى عن النفس، ولذلك يقال عنها بأنها ظاهرة نفسية " [2].

ونقصد بعادات التصفح في هذه الدراسة مدى انتظام الشباب الجامعي عينة الدراسة في تصفح المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت من خلال:

[1] 1– أحمد عبدلي: مستخدمو الإنترنت؛ دراسة ميدانية بولايتي سطيف وقسنطينة، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة،2002 ،2003 ، ص (4، 5).

[2] – عاطف الزين: علم النفس (بيروت: دار الكتاب اللبناني، ط (1)، 1411هــ– 1991م، مج (1))، ص (518، 519).

- مستوى وحجم التصفح، والوقت المخصص لذلك.
- بداية تصفح المواقع الإسلامية.
- كيفية تصفح المواقع الإسلامية... الخ.

- أنماط التصفح:

نقصد بأنماط تصفح الشباب الجامعي عينة الدراسة للمواقع الإسلامية:

- **الوقوف على المواقع الإسلامية التي تحظى باهتمام أفراد عينة الدراسة دون غيرها من المواقع الأخرى.**
- **أشكال وتصميمات المواقع الإسلامية التي ينجذب إليها أفراد العينة.**
- **الأركان والموضوعات التي تستقطبهم.**
- **أساليب تعاملهم مع ما يفضّلونه.**

- الاتجاهات:

هناك تعريفات كثيرة للاتجاه، نذكر التعريفين الآتيين:

" الاتجاه عبارة عن حالة استعداد عقلي عصبي عند الفرد تنظمها خبراته السابقة بما يكفل توجيه استجاباته نحو المثيرات التي تتضمنها البيئة التي يعيش فيها " [1].

يعرّف الاتجاه أيضا بأنه: " تنظيم مكتسب أو متعلم، يتسم بالاستمرار والديمومة والتوافق، حين تنسجم معتقدات الفرد مع موقفه من (حادث) أو (فكرة) أو (نزعة) يستجيب لها باستجابة خاصة يفضلها صاحب الاتجاه " [2].

- الحاجات والدوافع:

" تعرض بعض علماء النفس إلى الخلط الشائع بين مصطلحي الحاجات والدوافع واستخدامهما بالتبادل على فرض أنهما يدلان على مفهوم واحد، حيث أكدوا على أنهما غير متطابقين بأي حال من الأحوال وأنهما مصطلحان متوازيان.

[1] - ماهر محمود عمر: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية (مصر: دار المعرفة الجامعية، ط (2)، 1412هـ- 1992م)، ص (166).

[2]- Rokeach. M. Beliefs, attitudes and values, san francisco : Jossey-Bass. 1968.

نقلا عن: قباري محمد إسماعيل: علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال؛ دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام (الإسكندرية: منشأة المعارف، ط (1)، دت)، ص (70).

ولا ينكر أحد مدى ارتباط الدوافع بالحاجات، حيث اتفق غالبية علماء النفس على أن الدوافع تنشأ عن الحاجات بصورة عامة، فمثلا دافع الجوع ينشأ من الحاجة الملحة للطعام، بما يحتم ضرورة عرض تعريفهما كل على حدة:

مفهوم الحاجات concept of needs:

يمكن تعريف الحاجة على أنها رغبة ملحة عند الكائن الحي في شيء ما ينقصه، مما يتسبب عنها حالة من التوتر العضوي والنفسي يعاني منها بصورة مستمرة حتى تستجاب هذه الرغبة، وقد يدرك الكائن الحي رغبته هذه وقد لا يتعرف عليها، غير أنه يحاول جاهدا تحقيقها بمجرد تحديدها لكي يتخلص من حالة التوتر التي يعاني منها.

ويصنّفها علماء النفس إلى صنفين: الحاجات الفسيولوجية، والحاجات السيكولوجية " [1].

مفهوم الدوافع concept of motives:

" يطلق لفظ الدوافع في علم النفس على القوى الانفعالية التي تحرك نشاط الإنسان وتوجّهه نحو هدف معين، والدافع إما أن يرجع إلى النفس، وإما أن يرجع إلى الجسم، وفي جميع الحالات فإن الدوافع هي ما تنطوي عليه فطرة الإنسان من حاجات عضوية وغرائز، أو ما يتضمنه عقله من أفكار وتصوّرات" [2].

فالعلاقة بين الحاجة والدافع تكمن إذا في أن الحاجة سبب لتولّد الدافع،كما أن الدافع يؤدّي إلى إشباع تلك الحاجة، وبمجرد حدوث ذلك ينتهي دور الدافع.

- الإشباعات:

" الإشباع هو إرضاء رغبة، أو بلوغ هدف، أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك.

ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفساني خفض التنبيه والتخلص من التوتر، إن تراكم التنبيه يحدث إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة.

---

[1]- ماهر محمود عمر: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، مرجع سابق، ص (124).

[2]- سميح عاطف الزين: علم النفس؛ معرفة النفس الإنسانية في الكتاب والسنة (بيروت: دار الكتاب اللبناني، ط (1)، 1411هـ- 1991م، مج (2))، ص (119).

وفي مجال الاتصال الجماهيري، كان " كاتز وبلوملر" أول من طرحا هذه الفكرة الجديدة لدراسة الاتصال الجماهيري في كتابهما الشهير " استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري" عام 1974م، وهي رؤية تفترض أن يكون التساؤل الأساسي هو ما الذي يفعله الناس بوسائل الإعلام؟ وليس ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالناس؟ " [1]

" ويرتبط مفهوم الإشباع ارتباطا وثيقا بالدافعية في أي الميادين كانت، مهنية أو نفسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو علمية، نظرا لكون هذه العمليات النفسية كلها تتتابع تتابعا استمراريا، فالحاجات سبب نتيجته الدوافع، والدوافع سبب نتيجته السلوك، والسلوك سبب نتيجته الإشباع أو عدم الإشباع، كما أن للإشباع نتائج كثيرة ومتنوعة، حيث يتدخل الإشباع في تحديد شعور الفرد بالرضا أو الإحباط، عن طريق تعيينه للنسبة بين الحاجات التي لقيت الإشباع عند الفرد، وبين الحاجات التي لم تلق الإشباع " [2].

ب- الشباب الجامعي:

نقصد بالشباب الجامعي الطلبة الجامعيين لأن أغلبهم شباب تتراوح أعمارهم بين 18-28 سنة، " والطالب الجامعي هو الشخص المسجل في مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي ويتابع دراسته فيها بصفة رسمية ويقضي فيها مرحلة تعليمية تمتد من ثلاث إلى سبع سنوات دراسية وذلك بعد حصوله على البكالوريا أو ما يعادلها ولم يتم تخرجه بعد" [3]**، ونقصد بالشباب الجامعي في هذه الدراسة طلبة السنوات النهائية الذين يتابعون دراستهم في كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية وكلية العلوم في جامعة باتنة.**

---

[1] - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط (1)، 2004م)، ص (47، 48).

[2] - لخضر بن غنام: الإشباعات الخارجية وأثرها على دافعية العمال داخل المنظمات؛ دراسة ميدانية على عمال التربية بمقاطعة صالح باي – ولاية سطيف-، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمود منتوري – قسنطينة-، 2007- 2006م، ص (80).

[3]3- زرزايحي زوبير: مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية؛ دراسة ميدانية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة -، 2008- 2009م، ص (6).

4- الدراسات السابقة:

هناك عدة دراسات تناولت علاقة الجمهور بالإنترنت عموما، ولكون هذه الدراسات ليس لها علاقة مباشرة بهذا الموضوع - إلا في بعض النقاط كالاستفادة من المنهج، وكذا بعض المعلومات الخاصة بالإنترنت -، فسيتم إيراد أربع دراسات:

الدراسة الأولى:

دراسة أحمد عبدلي: "مستخدمو الإنترنت-دراسة ميدانية بولايتي سطيف وقسنطينة -" [1].

تثير هذه الدراسة الكثير من التساؤلات عن طبيعة مستخدمي الإنترنت في كل من ولايتي سطيف وقسنطينة، وعن طبيعة عادات وأنماط استخدامهم للشبكة، وكذا مختلف الحاجات التي تدفعهم لاستخدامها، ومدى تأثير البيئة العامة في توجيه هذا الاستخدام، وأخيرا استكشاف بعض نتائج وآثار استخدامها، وأثر المنظومة القيمية والأخلاقية في جعله استخداما مسؤولا ومعبرا عن وعي.

أ- منهج الدراسة: **اعتمد الباحث في دراسته: منهج المسح بالعينة.**

ب- العينة: **عشوائية.**

ج- نتائج الدراسة: **خرج الباحث من دراسته بأهم النتائج كالآتي:**

- تبين أن غالبية المبحوثين شباب، معظمهم ذكور، وهم حديثو العهد باستخدام الإنترنت.

- احتلت خدمة الويب صدارة ترتيب الخدمات المستغلة،تليها خدمة البريد الإلكتروني، ثم المحادثة المباشرة، فخدمة نقل الملفات، وأخيرا خدمة الربط عن بعد، كما احتلت المواقع الناطقة باللغة الفرنسية صدارة تفضيل الجنسين، تليها المواقع الإنجليزية، ثم المواقع العربية، وأرجع الباحث سبب ذلك إلى ظروف تاريخية، وتعليمية، وفنية.

- أهم دوافع استخدام الإنترنت عند أفراد العينة هي الدوافع الاجتماعية والعلمية.

---

[1] ـــ أحمد عبدلي: مستخدمو الإنترنت - دراسة ميدانية بولايتي سطيف وقسنطينة -، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -،2003 م .

– تبين وجود فوارق شاسعة بين الدوافع والحاجات التي تنشئ الرغبة في استخدام الإنترنت وبين العائد الحقيقي من استغلال الشبكة الذي لا يعدو كونه أقل بكثير مما هو متوقع تحصيله.

– من نتائج هذا الاستخدام أعراض صحية ومشاكل اجتماعية.

نلاحظ أن الباحث تعرض في دراسته إلى مختلف خدمات الإنترنت – ومن بينها المواقع الإلكترونية عموما – واستخدام الجمهور لهذه الخدمات، مع عدم التعرض إطلاقا للمواقع الإسلامية ومدى تفضيل الشباب لها، وهو ما تهتم هذه الدراسة بالبحث فيه.

الدراسة الثانية:

دراسة حسينة قيدوم: " الإنترنت واستعمالاتها في الجزائر: دراسة في عادات وأنماط وإشباعات الاستعمال بالجزائر العاصمة " [1]

تدور إشكالية هذه الدراسة حول العادات والأنماط التي تحدد سلوك استعمال شبكة الإنترنت بالجزائر العاصمة، وكذا دوافع استعمال هذه الوسيلة، وما يفعله هؤلاء المستعملون بالخدمات التي تقدمها.

أ– منهج الدراسة: **اعتمدت الباحثة منهج المسح بالعينة.**

ب– العينة: اعتمدت على عينة قوامها (200) مفردة خاصة بولاية الجزائر العاصمة.

ج– أهم النتائج:

– الشباب هم معظم مستخدمي الإنترنت بالجزائر العاصمة.

– من بين الخدمات الأكثر شيوعا بين المستخدمين خدمتا: النسيج العالمي، والبريد الإلكتروني.

– يتجه المستخدمون نحو المحركات الفرونكفونية لاعتبارات تاريخية وثقافية، كما أنهم يستخدمون الإنترنت لتحقيق إشباعات ذات قيمة اجتماعية ونفسية.

واعتبرت الباحثة أن الإنترنت لم يقض على وسائل الإعلام التقليدية، بل أعاد النظر في مكانتها، وهذا إقرار لمبدأ المنافسة بين بنيات المنظومة الاتصالية، واستجابة لرغبة الأفراد في

---

[1] ـــ حسينة قيدوم : الإنترنت واستعمالاتها في الجزائر – دراسة في عادات وأنماط وإشباعات الاستعمال بالجزائر العاصمة، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002 –2001 م.

الانفتاح على العالم والتنويع الإعلامي ويلاحظ على هذه الدراسة الملاحظات نفسها على الدراسة الأولى (وهو عدم التعرض للمواقع الإسلامية).

الدراسة الثالثة:

دراسة عيسى بوعافية: " الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت " [1]

تتناول هذه الدراسة بالبحث موقع " الدعوة الإسلامية " كرسالة حضارية من " الإنترنت " كوسيلة لنشر هذه الرسالة، والوقوف عند ما تم إنجازه في هذا المجال، لمعرفة الطرق التي تم بها تطويع" الإنترنت " لفائدة " الدعوة الإسلامية "، والكشف عن حقيقة حضور الدعاة على هذه الشبكة، هل هو على سبيل رفع العتب، أم أنه حضور واع مدروس؟

كما يهدف الباحث إلى اكتشاف المحتوى الدعوي لبعض المواقع الإسلامية الموجودة على الإنترنت، وذلك من خلال الكشف عن مراكز الاهتمام في ذلك المحتوى، سواء فيما يتعلق بالموضوعات التي يركز عليها القائمون على تلك المواقع، أو المصادر التي يستقون منها معلوماتهم وكذلك من خلال الكشف عن فنون الإقناع المفضلة المستخدمة فيها.

أ- منهج الدراسة: **استخدم الباحث في دراسته منهج المسح بالعينة، ليحدد المواقع الإسلامية التي سيقوم بتحليلها.**

- كما اعتمد على أداة تحليل المحتوى في تحليل مضمون العينة المختارة من المواقع الإسلامية.

ب- العينة: **حدد الباحث ثلاثة مواقع إسلامية لتحليل محتواها هي: موقع الشبكة الإسلامية، موقع نداء الإيمان، وموقع دار الإسلام.**

ج- أهم نتائج الدراسة:

- بلغ الدعاة إلى الله شأوا بعيدا في توظيف الإنترنت في الدعوة إلى الله والشاهد على ذلك - يقول الباحث - أن مواقعهم تضاهي المواقع العالمية المحترمة من الناحية التقنية.

- تستغل المواقع الإسلامية خدمات الإنترنت في التعريف بتعاليم الإسلام، بدلا من الانشغال بالرد على الشبهات.

- من إيجابيات المواقع الإسلامية: تنويعها لمصادر معلوماتها، وكذا تعدد اللغات التي تعرض بها محتواها.

---

[1] ــ عيسى بوعافية: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة -، 2003 - 2002 م.

وخلص الباحث إلى أن القول بأن المواقع الإسلامية ليست في المستوى المأمول، وأنها محاولات ارتجالية قد يكون صحيحا في الأيام الأولى لظهور الإنترنت والمواقع الإسلامية، أما اليوم فهو بعيد كل البعد عن الحقيقة.

وقد أفادتني هذه الدراسة في تحديد المعايير التي سأعتمدها في اختيار المواقع الإسلامية التي تحقق أهداف هذه الدراسة (استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية) كما أنها عرفت ببعض المواقع الإسلامية ومحتوياتها.

الدراسة الرابعة:

دراسة: **محمد الطيب زاوي: " الإعلام الإلكتروني المعاصر – مع دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقعا إسلاميا على شبكة الإنترنت – "** [1]

استهدفت هذه الدراسة الاطلاع على واقع المواقع الإسلامية على الإنترنت، التي تمثل الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر، في خضم الوضع الدولي الراهن، من أجل الوصول إلى هذا الهدف، طرح الباحث الإشكالية الآتية: ماهي الوظيفة الإعلامية التي تؤديها المواقع الإسلامية باللغتين العربية والفرنسية على شبكة الإنترنت في ظل المتغيرات الدولية الراهنة؟

أ– منهج الدراسة: اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، وضمنه أداة تحليل المضمون.

ب– عينة الدراسة: عشوائية طبقية منتظمة، قدرت بـــ: ثلاثة وأربعين موقعا إسلاميا.

ج– أهم نتائج الدراسة:

– تبرز المواقع الإسلامية على الإنترنت باللغتين العربية والفرنسية أن هنالك وعيا بالتحديات التي تواجه الإسلام والمسلمين في الألفية الميلادية الثالثة، من خلال تقديم وجهة نظر الإسلام في مختلف القضايا المطروحة.

– تتميز مضامين المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت بالتنوع، مع وجود اختلاف بينها في كم المادة المعروضة.

– تهتم المواقع الإسلامية باللغة العربية بالدرجة الأولى بالتعريف بالإسلام ودفع الشبهات عنه، ثم تهتم بوظيفة الاتصال والخدمات العامة، بينما تهتم المواقع الإسلامية باللغة

---

[1] ـــ محمد الطيب زاوي: الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر – مع دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقعا إسلاميا على شبكة الإنترنت –، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003- 2004م.

الفرنسية بجانب الاتصال والخدمات العامة، ويليه جانب التعريف بالإسلام، مع تفوق كم المواقع الإسلامية باللغة العربية عليه في المواقع باللغة الفرنسية.

– يعمل الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر على جبهتين إحداهما خارجية يحاول أن ينقل إليها النموذج الحضاري الإسلامي في صورته الصحيحة،وأخرى داخلية، أي بين المسلمين، لترسيخ النموذج الحضاري الإسلامي في الحياة الفعلية للمسلمين. ويستفيد في كل ذلك من خصائص التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

نلاحظ أن الدراسة الأولى اهتمت بالبحث في عادات وأنماط استخدام المبحوثين لشبكة الإنترنت ومختلف الحاجات التي تدفعهم إلى ذلك واستكشاف بعض نتائج هذا الاستخدام، كما تعرضت الدراسة الثانية إلى عادات وأنماط ودوافع استخدام الشبكة في الجزائر العاصمة، و هدف الباحث في الدراسة الثالثة إلى اكتشاف المحتوى الدعوي لبعض المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، أما الدراسة الرابعة فاهتمت بالكشف عن واقع بعض المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت.

ونظرا لأن هذه الدراسات سالفة الذكر لم تتعرض لعادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري للمواقع الإسلامية وكذا اتجاهاته نحوها فقد جاءت هذه الدراسة لتبين ذلك.

المبحث الثانــــي: منهج الدراسة وإجراءاتها

1- منهج الدراسة:

نظرا لأهداف هذه الدراسة المتمثلة في وصف استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، وتحديد عادات وأنماط هذا الاستخدام، والدوافع وراء ذلك، وكذا الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام، فإن تحقيق هذه الأهداف يستلزم استخدام منهج المسح الوصفي بالعينة.

*** تعريف منهج المسح الوصفي:**

" يعدّ منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، خاصة البحوث الوصفية والاستكشافية، ويعرّف كما يأتي:

يعتبر منهج المسح جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظاهرات موضوع البحث من العدد الحدّي من المفردات المكوّنة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة " [1].

ويستهدف هذا النوع من المسوح دراسة الجوانب الآتية:

- خصائص الجمهور: وتشمل: التقسيمات الديمجرافية (فئات السن، النوع، درجة التعليم، المهنة، والقطاعات الوظيفية المختلفة)، التوزيع السكاني، مستوى معيشة أفراد الجمهور، الطبقات الاجتماعية التي ينتمون إليها، والمؤشرات الخاصة بانفتاحهم الحضاري والثقافي والاجتماعي.

- عادات وأنماط الجمهور في القراءة أو الاستماع أو المشاهدة أو التصفح، وتفضيلاتهم" [2].

2- مجتمع الدراسة وعينته:

- مجتمع الدراسة:

---

[1] - سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي؛ بحوث الإعلام (القاهرة: عالم الكتب، ط (2)، 1995م)، ص (147).

[2] - سمير محمد حسين: المرجع نفسه، ص (154 ،155) (بتصرف).

" هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثّل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته " [1].

ويتمثل مجتمع هذه الدراسة في: طلبة وطالبات جامعة الحاج لخضر - باتنة-، يبلغ عددهم حوالي 55 ألف طالب وطالبة يتوزّعون على كليات علمية وأدبية.

" ولما كان من الصّعب – إن لم يكن من المستحيل في بعض الحالات – إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي بأكمله،فإنه يعتمد في إجراء مثل هذه الدراسات على اختيار عيّنات تمثّل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا، لأن الاختيار العلمي الدقيق للعينة يؤدي إلى الوصول إلى نتائج متماثلة مع نتائج دراسة كل مفردات المجتمع الأصلي، عن طريق الحصر الشامل بأخطاء عشوائية محسوبة حسابا دقيقا، مما يؤدي إلى توفير الوقت والجهد، والاقتصاد في النفقات، والسرعة في التوصل إلى النتائج البحثية المطلوبة " [2].

- عينة الدراسة:

" العينة عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة،ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع " [3].

- وحدة العينة:

تتكون عينة الدراسة من مجموعة وحدات، تختلف وحدة العينة باختلاف الهدف من البحث،

ووحدة عينة هذه الدراسة هي: الطالب والطالبة الجامعية في جامعة الحاج لخضر – باتنة-.

- نوع العينة:

تم اختيار عينة الدراسة وفق طريقتين هما:

1- العينة العمدية:

---

[1] – محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب، ط (1)، 2000م)، ص (130).

[2] – سمير محمد حسين: بحوث الإعلام؛ دراسات في مناهج البحث العلمي (القاهرة: عالم الكتب، ط (2)، 1999م)، ص (291) (بتصرف).

[3] – محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص (133).

" إن الأسلوب القصدي – كما توضّح تسميته – يقوم على التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات مجتمع البحث، وهذا انطلاقا من دراسته الكاملة والمفصّلة لما يحتوي هذا المجتمع من مفردات، ولطبيعة هذه الأخيرة من حيث ما تتضمنه من معلومات وبيانات، وبالتالي اختيار تلك التي لها صلة بالبحث على الصعيد المذكور لتشكّل عينة البحث، دون الأخذ بعين الاعتبار عامل الانتظام أو الصدفة في ذلك، بل فقط عامل التأكد الشخصي من فائدة الاختيار المحقق للنتائج النهائية للبحث "[1].

واعتمدت على العينة العمدية في دراستي في مرحلتين: الأولى تعمد إجراء الدراسة على الشباب الجامعي الجزائري، والثانية: تعمد اختيار جامعة الحاج لخضر – باتنة–.

2- العينة متعددة المراحل:

تم اختيار عينة هذه الدراسة وفق المراحل الآتية:

أ- اختيار جامعة الحاج لخضر – باتنة– بطريقة عمدية من بين جامعات الوطن لاعتبارات من بينها قرب إقامتي منها، وبالتالي تسهيل توزيع الاستمارات على أفراد العينة واختصار الوقت، خاصة وأن مدة الدراسة الميدانية محدودة.

ب- تم اختيار كلية علمية وكلية أدبية من بين جميع الكليات العلمية والأدبية بطريقة عشوائية: حيث رقّمت عدد الكليات العلمية في الجامعة ترقيما تسلسليا، ثم كتابة كل رقم من تلك الأرقام على قصاصة ورق، وطيّها وخلطها جيدا، وسحبت قصاصة واحدة، وكذا بالنسبة للكليات الأدبية، فتحصّلت على: كلية العلوم من الكليات العلمية، وكلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية من الكليات الأدبية.

ج- اخترت بالطريقة العشوائية أيضا قسمين من كلية العلوم هما قسمي: البيولوجيا والفيزياء، وقسمين من كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية هما قسمي: علم الاجتماع وأصول الدين.

د- أخذت:

* كل تخصصات قسم البيولوجيا وهي: علم البيئة، الكيمياء الحيوية، علم الأحياء الدقيقة، بيولوجيا وفيزيولوجيا الحيوان.

[1] – أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (الجزائر: ديوان التطبوعات الجامعية، ط (2)، 2005م)، ص (180).

* وكل تخصصات قسم الفيزياء وهي: فيزياء طاقوية، فيزياء المواد، فيزياء الإشعاعات.

وهي تخصصات تندرج تحت كلية العلوم.

* وأخذت كل تخصصات قسم علم الاجتماع وهي: ديموغرافيا، تنظيم وعمل، علم اجتماع حضري، علم اجتماع عائلي.

* وكل تخصصات قسم أصول الدين وهي: كتاب وسنة، دعوة وإعلام، عقيدة.

وهي تخصصات تندرج تحت كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

ه- أخذت بالطريقة العمدية فوج من كل تخصص من هذه التخصصات إذا كان في التخصص فوج واحد فقط، وإذا كان في التخصص فوجين أو أكثر فإني اخترت بالطريقة العشوائية فوج واحد.

و- تعمّدت اختيار السنوات النهائية من كل هذه التخصصات.

وتتّضح مراحل اختيار العينة أكثر في المخطط الموجود في الصفحة الموالية:

3- أدوات جمع البيانات وتحليلها:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة الاستبيان لأنها الأداة المناسبة لمنهج الدراسة وموضوعها، فعن طريقها يمكن جمع البيانات الخاصة بعادات وأنماط المبحوثين في تصفح المواقع الإسلامية واتجاهاتهم نحوها، ويعرف الاستبيان بأنه: " أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات" [1].

* تصميم استمارة الاستبيان:

تم تصميم استمارة الاستبيان، حيث تكونت من محورين: محور العادات والأنماط ويندرج تحته 22 سؤالا: 9 أسئلة في العادات و 13 سؤالا في الأنماط، ومحور الاتجاهات ويندرج تحته 21 سؤالا، 11 سؤالا في: خصائص المواقع الإسلامية و 10 أسئلة في: انعكاسات المواقع الإسلامية، إضافة إلى سؤال حول طلب الاقتراحات من المبحوثين للتحسين من أداء المواقع الإسلامية.

---

[1]- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب، ط (1)، 2000م)، ص (353).

وقد عرضت الاستمارة على الأستاذ المشرف وثلاثة دكاترة هم: (د. فضيل دليو (تخصص إعلام واتصال، جامعة منتوري – قسنطينة–)، د. نور الدين سكحال (تخصص دعوة وإعلام، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة–)، د. رحيمة عيساني (تخصص إعلام واتصال، جامعة – باتنة–))، وتم وفق توجيهات المحكّمين تعديل بعض الأسئلة، وحذف وإثبات أخرى (تم حذف العبارة: تدرج المواقع الإسلامية الإنتاج العلمي والفكري للكثير من الدعاة دون انحياز إلى أحدهم).

بعد تعديل الاستمارة وإخراجها في صورتها النهائية، تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة، ثم تفريغها في جداول.

الجامعة: جامعة الحاج لخضر –باتنة

الكلية: كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية — كلية العلوم

القسم: قسم الفيزياء — قسم أصول الدين — قسم علم الاجتماع — قسم البيولوجيا

التخصص: كتاب وسنة — دعوة وإعلام — عقيدة — فيزياء طاقوية — فيزياء المواد — فيزياء الإشعاعات — علم البيئة — الكيمياء الحيوية — علم الأحياء الدقيقة — ديمغرافيا — تنظيم وعمل — حضري — عائلي — بيولوجيا وفيزيولوجيا الحيوان

طلبة السنوات النهائية

مخطط يوضح مراحل اختيار عينة الدراسة الميدانية لبحث: "استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية – دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات–" وفق العينة متعددة المراحل.

* أدوات التحليل الإحصائي:

- مقياس التوزيعات (كا ^{2}):

" إن مقياس التوزيعات (كا ^{2}) يستخدم في اختبار درجة الفرق المعنوي بين المتغيرات المختلفة، أي بين البيانات الفعلية التي حصّل عليها الباحث في دراسته لظاهرة معينة والبيانات النظرية المفترضة من طرفه "[1].

نقوم بحساب قيمة كا ^{2} من خلال العلاقة التالية:

$$\text{كا}^2 = \frac{\sum (\text{ت ل} - \text{ت م})^2}{\text{ت م}}\ ^{2}$$

حيث أن:

ت ل: هو التكرار الملاحظ أو المشاهد.

ت م: هو التكرار المتوقع، ويحسب وفق العلاقة:

$$\text{" ت م} = \frac{\text{مج العمود} \times \text{مج الحقل}}{\text{مج العام}}\text{ "}$$ [3]

- " حيث نقوم بحساب الفرق بين التكرار الملاحظ والتكرار المتوقع في كل فئة أو خلية، ونربع هذا الفرق ونقسم الناتج على التكرار المتوقع، ثم نقوم بجمع هذه النواتج لجميع الفئات أو الخلايا، تسمى القيمة الناتجة بقيمة مربع كاي المحسوبة.

- بعد ذلك نجد قيمة مربع كاي الحرجة أو المجدولة، وهنا نحتاج إلى مستوى الدلالة الذي نقوم بتحديده مسبقا عند صياغة الفرضية، ودرجات الحرية "[4].

- حساب درجة الحرية:

درجة الحرية = (عدد الحقول – 1) (عدد الأعمدة – 1)[5].

---

[1] - أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص (466، 467).

2[2]- سعيد التل وآخرون: مناهج البحث العلمي؛ الإحصاء في البحث العلمي (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط (1)، 2006م)، ص (312).

[3]- أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص (468).

[4]- سعيد التل وآخرون: مناهج البحث العلمي؛ الإحصاء في البحث العلمي، مرجع سابق، ص (313).

[5] - أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص (474).

- " وأخيرا نقارن قيمة مربع كا المحسوبة بقيمة مربع كا الحرجة، فإذا زادت قيمة مربع كا المحسوبة عن قيمة مربع كا الحرجة نرفض الفرضية الصفرية التي تشير إلى عدم اختلاف التوزيع التكراري الملاحظ عن التوزيع التكراري (المتوقع) " [6].

---

[6]- سعيد التل وآخرون: مناهج البحث العلمي، الإحصاء في البحث العلمي، مرجع سابق، ص (313).

الفصل الثاني: نظرية الاستخدامات والإشباعات

المبحث الأول: الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والإشباعات

1- نظرية التأثير القوي

2- نظريات التأثير المحدود

المبحث الثاني: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات وفروضها

1- تعريف نظرية الاستخدامات والإشباعات

2- فروض النظرية و أهدافها

- فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات

- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات

المبحث الثالث: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات

1- افتراض الجمهور النشط

2- الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام

3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام

4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام

5- تعرض الجمهور لوسائل الإعلام

6- إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام

المبحث الرابع: نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات والرد على ذلك

1- نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات

2- الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات المدخل النظري لهذه الدراسة، وذلك لأن خصائص وسائل الاتصال والإعلام الجديدة وفي مقدمتها الإنترنت تعزز فروض ومفاهيم النظرية، فالتفاعلية مثلا وهي ميزة من مميزات وسائل الاتصال والإعلام الحديثة عززت مفهوم الجمهور النشط الذي تفترضه نظرية الاستخدامات والإشباعات، لأن الجمهور النشط هو الذي يتفاعل مع محتوى وسائل الاتصال والإعلام ويختار الرسائل التي تلائمه وتشبع حاجاته، وتكمن أهمية نظرية الاستخدامات والإشباعات بالنسبة إلى هذه الدراسة في دراسة دوافع المبحوثين لتصفح المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، وكذا الإشباعات التي يحققها لهم هذا الاستخدام.

المبحث الأول: الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والإشباعات

1- نظرية التأثير القوي:

" ساد في العقود الثلاثة الأولى من القرن العشرين اعتقاد بالتأثير الكبير والمباشر لوسائل الإعلام " [1]، "والفكرة الأساسية التي اعتمد عليها هذا الاعتقاد هي أن الرسائل الإعلامية تصل إلى جميع أفراد المجتمع بطريقة متشابهة، وأن الاستجابات الفورية والمباشرة تأتي نتيجة للتعرض لهذه المؤثرات (الرسائل)، فالجماهير عبارة عن ذرات منفصلة من ملايين القراء والمستمعين والمشاهدين، وهذه الجماهير مهيأة دائما لاستقبال الرسائل، وتمثل كل رسالة منبها قويا ومباشرا يدفع المتلقي للاستجابة بالشكل الذي يحقق هدف القائم بالاتصال " [2].

" وكان هذا القبول لفهم أثر وسائل الإعلام يسمى بنظرية " الرصاصة السحرية " أو بنموذج " الحقنة تحت الجلد " [3]، وهذه النظرية تعتمد تماما على النظريات العامة في مجال علم الاجتماع وعلم النفس وفقا لتطورها حتى ذلك الوقت، وفضلا عن ذلك كان هناك مثال واضح هو التأثير الهائل للدعاية خلال الحرب العالمية الأولى " [4].

---

[1] ـــ مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات (دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط (1)، 2004 م)، ص (88).

[2] ـــ حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط (1)،1998 م، ط (2)، 2001م)، ص (221).

[3] **ـــ حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: المرجع نفسه، ص (. (222**

[4] **ـــ حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: المرجع نفسه، ص (223).**

" وظهرت هذه النظرية على يد " هارولد لازويل " خلال الحرب العالمية الأولى، وأهم الافتراضات التي قامت عليها هذه النظرية هي:

أ- إن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأغنياء في المجتمع الجماهيري الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.

ب- إن هذه الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد تأثيرا فعّالا.

ج- إن هذه الرسائل تقود الأفراد إلى الاستجابة بشكل متماثل إلى حد ما، وتخلق تغييرات في التفكير والأفعال - بشكل متماثل - عند كل الأفراد.

د- تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومتماثلة ومباشرة، ويرجع ذلك إلى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل: العادات، والتقاليد المشتركة.

ه- إن الفرد يتلقى المعلومات بشكل فردي من وسائل الإعلام بدون وسيط.

و- إن رد الفعل فردي، ولا يعتمد على تأثير المتلقين في بعضهم" [1].

2- نظريات التأثير المحدود:

" تغيّرت نظريات الطبيعة البشرية في مجال علوم النفس والاجتماع بفعل اكتشاف التقنيات السوسيولوجية والسيكولوجية، والاهتمام المتزايد بالبحث خاصة في الولايات المتحدة، وكان محور التغير في تفسير هذه النظريات وشروحها هو إعادة تعريف الطبيعة البشرية مما ترتب عليه إعادة النظر في طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام وبين الأفراد، فقد تم رفض فكرة أن الناس يواجهون وسائل الإعلام باعتبارهم جمهورا لا رابط بين أفراده، وحل محل ذلك تصور جديد بأن جمهور وسائل الإعلام هو مجموعة من الأفراد الذين يواجهون وسائل الإعلام باعتبارهم كائنات اجتماعية مرتبطة ببيئاتها الاجتماعية" [2]، "بل أصبح يتصف بأنه إيجابي ونشط يقبل أو يرفض - في إطار تأثير مدركاته - ما يتعرض له من أفكار وموضوعات، ولم يقف الأمر عند حدود النشاط والإيجابية ولكنه أصبح يوصف بأنه عنيد يبحث عن الأشياء التي يريدها، ويقوم بالاختيار والتحكم في الوسائل التي تقدم هذا المحتوى" [3].

---

[1] - مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (**89**).

[2]- حمدي حسن: مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال (القاهرة: دار الفكر العربي، ط (**1**)، **1987**م)، ص (**117**).

[3]- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ط (2)، 2000م)، ص (189).

" ونعرض فيما يلي لنظريات التأثير الانتقائي، وهي تتكون من ثلاثة اتجاهات بحثية متميزة ومتصلة، نشأت من تعرف علماء الاجتماع على نماذج سلوك الأفراد والمجموعات وهي: مدخل الفروق الفردية، ومدخل الفئات الاجتماعية، ومدخل العلاقات الاجتماعية" [1].

1- نظرية الفروق الفردية:

نتيجة لتطور "دراسات الشخصية الإنسانية ازداد الاعتراف بتنوّع السّمات الشخصية، وبدأت الاختبارات الذهنية تزودنا بأدوات معقدة لحصر هذه الفروق، ونتيجة لهذا التطور فإن مفاهيم جديدة ظهرت في مجال علم النفس الاجتماعي لتحل محل أفكار الغريزة، وبصفة خاصة مفهوم الاتجاه كوسيلة لشرح اتجاهات المفاضلة والفعل البشري المختلفة، وأصبح هذا المفهوم محورا في علم النفس الاجتماعي، ونتج عن كل ذلك القول بأن الكائنات البشرية تتنوع بشكل كبير في تنظيمها النفسي والشخصي، هذه الاختلافات والتنوعات في جزء منها بدأت باختلافات بيولوجية وتعرضت لتعلم مختلف، فالكائنات البشرية نشأت في ظل ظروف مختلفة وتعرضت لآراء ووجهات نظر مختلفة، ومن هذه البيئات التعليمية حصلت على مجموعة الاتجاهات والقيم والمعتقدات التي شكلت إدراكها ووضعت كل شخص بعيدا عن الآخر إلى حد ما، مما أدى إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون لأنفسهم ويفسرون محتوى وسائل الاتصال بطرق متنوعة ومتباينة وهذا بدوره أدى إلى تعديل مقولات " الطلقة السحرية " [2].

2- نظرية الفئات الاجتماعية:

" وتذهب هذه النظرية إلى أن الناس في المجتمعات الصناعية الحديثة ليسوا قوالب واحدة، وأنهم ليسوا متشابهين، بل إنه في الإمكان ترتيبهم في تصنيفات اجتماعية محددة – على الرغم من اشتراكهم في بعض الملامح – ، مثل: الطبقة الاجتماعية، والدين، والهوية العنصرية أو الطائفية، ومكان الإقامة في الريف أو المدن ...، وكشفت هذه التصنيفات أن الناس في أية جماعة محددة يتشابهون في جوانب عدة ذات تأثير كبير على سلوكهم، وأن هذا التشابه له أهمية كبرى على البحث العلمي في مجال الاتصال الجماهيري الحديث " [3].

[1]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص (230).

[2] – حمدي حسن: مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، مرجع سابق، ص (120).

[3] – حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص (236، 237).

" ويتم كذلك تقسيم الجمهور وفقا للخصائص النفسية التي تشمل الآراء، والاتجاهات، والقيم، والمعتقدات، وأساليب الحياة، وتبرز الحاجة إلى دراسة الخصائص النفسية إذا ما كانت الخصائص الديمغرافية – بمفردها – لا تكفي لشرح ردود أفعالنا تجاه الرسائل التي نتلقاها.

وتؤكد هذه النظرية أن أعضاء الفئة الاجتماعية الواحدة سوف يختارون نفس المضمون الاتصالي ويتأثرون به بنفس الدرجة ونفس الاستجابة تقريبا" [1].

3– نظرية العلاقات الاجتماعية:

أشارت دراسات عديدة – (ومنها دراسة " لازار سفيلد" و "برلسون " و"جوديت" في أوائل عام 1945 حيث قاموا بإجراء بحث دقيق حول تأثير الحملات الانتخابية عبر وسائل الإعلام على الناخبين الأمريكيين [2]) – إلى أن جماعات الأهل والأصدقاء والمعارف والزملاء قد تساعد على قبول أو رفض الأفكار التي تبثها وسائل الإعلام [3].

---

[1] – مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (90، 91).

[2] – حمدي حسن: مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، مرجع سابق، ص (123).

[3] – حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص (250).

المبحث الثاني: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات وفروضها:

نتعرض هنا إلى التعريف بنظرية الاستخدامات والإشباعات ومجموعة الفروض التي تعتمد عليها كالآتي:

" ترتبط نظرية الاستخدامات والإشباعات بمفهوم – الوظيفية الفردية – ، ويهتم هذا المفهوم بالنظر لوظائف وسائل الإعلام الجماهيري من وجهة نظر الجماهير بالتركيز على احتياجاتهم ودوافعهم من تعرضهم لتلك الوسائل " [1].

" ويعود استخدام نظرية الاستخدامات والإشباعات " لإلياهو كاتز" عندما تناولها في ورقة بحثية عام 1959م " [2].

" ويشير " ويرنر وتانكرد " إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينيات، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على: قراءة الكتب، ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية، والموسيقى الشعبية، وأفلام السينما، وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام، والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام، وخلال سنوات الحرب العالمية الثانية أصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والإشباعات التي تحققها.

واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال " لازر سفيلد" و" ستاتون" و " بيرلسون "، وفي الخمسينيات في أعمال " ريليز وفريدسون " و " ماك كوبي "، وفي الستينيات في أعمال " شرام " و " ليل " و " باركر " [3].

1- تعريف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعرّف نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنها: " دراسة جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة " [4].

وبحكم هذا التعريف يتضح أن الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام ليس بحكم أنها متاحة فقط، وإنما لأنه يهدف إلى إشباع حاجات معينة، يشعر أنه في حاجة إليها ويمكن تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل.

---

[1]- مرزوق عبد الحكم العادلي: المرجع نفسه، ص (103)، بتصرف.

[2]- مرزوق عبد الحكم العادلي: المرجع نفسه، ص (100).

[3]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص (240).

4[4]- مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (109).

" ويذهب " إدلستاين وزملاؤه " إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والإشباعات جاء كرد فعل لمفهوم: " قوة وسائل الإعلام الطاغية "، ويضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة " [1].

2- فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات وأهدافها:

أ- فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

" تعتمد نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة فروض أساسية وضعها " إلياهو كاتز" وكل من " بلوملر " و " جور فيتش "، وهذه الفروض هي" [2]:

1-" جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

2- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات، مثل الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدر ما لإشباع حاجاته دون الآخر، وهذا ما عبر عنه "كلابر" بتأثيرات العوامل الوسيطة.

4- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام، لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة " [3].

---

[1]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص (240).

[2]- مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (124).

[3]- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص (222، 223).

ب- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

1-" السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري"
[1].

[1]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص (241).

المبحث الثالث: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ترتكز نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من العناصر تمثل محور النظرية، وهي كما يأتي:

1- افتراض الجمهور النشط:

" حيث يؤكد باحثو الاستخدامات والإشباعات أن أفراد الجمهور إيجابيين ونشطين، وليسوا مستقبلين سلبيين أو ضحايا لوسائل الإعلام.

وهذا على عكس ما كانت تفترض النظريات السابقة – التي تنتمي لمدخل التأثيرات – أن الجمهور سلبي في التعامل مع وسائل الإعلام، ولا يستطيع تحديد ما يريد من الإعلام وفق احتياجاته ودوافعه.

وقد حدد "جونتر" أبعاد مفهوم الجمهور النشط " في النقاط الآتية:

1- الانتقائية " selectivity ": فالجمهور وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعات لديه القدرة على الاختيار للوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية والتي تعكس اهتماماته وتفضيلاته المختلفة، بالإضافة إلى أن الجمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل انتقائي ما يتعرض له من رسائل.

2_ العمدية " Intentionality":

حيث يوجه جمهور وسائل الإعلام المضمون الذي ينتقيه ويتعرض له لخدمة دوافعه وأهدافه وحاجاته المختلفة.

3_ المنفعة " Utility" :

استخدام جمهور وسائل الإعلام للوسائل والمضامين الإعلامية مرهون بما يعود عليه من إشباع للاحتياجات المختلفة التي يشعر بأنه في حاجة إليها.

4_ عدم السماح بفرضية التأثير: " Imperviousness to influence "

الجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد كما يؤكد باحثو هذه النظرية، وأنه إيجابي ونشط ويوجه اختياراته بناء على احتياجاته، وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور مستبعد، والأقرب هو التأثير المحدود لوسائل الإعلام.

5- الاستغراق " Involvement "

وهذه سمة تؤكد - أيضا - إيجابية الجمهور الذي يندمج ويتوحد مع النماذج التي تقدم في وسائل الإعلام ويتأثر بها.

ويرى بالمجرين"Palmgreen " أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة محكات رئيسية:

أ- الانتقاء:

هي خطوة سابقة على التعرض للمضمون الاتصالي، حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية وكذلك المضامين التي يتعرض لها وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته. "

ب- الاستغراق:

هي خطوة تحدث أثناء عملية التعرض، ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

ج- الإيجابية " Positivity ":

بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال، وهذا يشير إلى تذكر المضمون وزيادة حجم المعلومات لدى الفرد في هذه الحالة، ويشعر الفرد بأنه حقق نوعا من الإشباع لحاجاته كزيادة معلوماته بعد التعرض لوسائل ورسائل الإعلام، وتؤكد هذه الأبعاد والعناصر - الخاصة بإيجابية الجمهور - أن هذا الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافعه من استخدامه لوسائل الإعلام " [1].

2_ الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام:

" انتهى "جون جونستون" (Johnstone,J-W,1974:35) في دراسة حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

وتتفق هذه الرؤية مع العديد من باحثي الاستخدامات والإشباعات الذين يعارضون دوما مصطلح " الحشد " لتمييز جمهور وسائل الإعلام، وطبقا لهذه الرؤية فإن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية، وتفاعله مع هذه البيئة.

---

[1] - مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (114- 116).

وقدّمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع، والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي" [2].

3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

" هو الافتراض الثالث لنظرية الاستخدامات والإشباعات، ويقوم على أساس أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام الجماهيري تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور، وتؤدي إلى توقعات يمكن إشباعها من خلال استخدام وسائل الإعلام الجماهيري، وأن دوافع استخدام وسائل الإعلام ومضامينها ترتبط بمتغيرات ديمغرافية متعددة: كالسن، والنوع،والتعليم، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي، والعلاقات الاجتماعية، ومن ثم فإن تأثير وسائل الإعلام يرتبط بهذه المتغيرات.

وهناك وجهات نظر مختلفة حول هذا الافتراض وهي على النحو الآتي:

*** يرى أصحاب الاتجاه الأول أن الدوافع حالات داخلية يدركها الجمهور ويعيها بشكل مباشر، وأن الجمهور يستطيع تحديد النتائج التي يهدف إلى الحصول عليها من وسائل الإعلام.**

*** أما مؤيدو الاتجاه الثاني فيرون أنه يصعب إدراك الدوافع بشكل مباشر من قبل الجمهور، ويجب أن يستدل على هذه الدوافع من خلال معتقدات وسلوكيات أعضاء الجمهور.**

*** وأما أصحاب الاتجاه الثالث فقد انتقدوا الرؤيتين السابقتين، ورأوا أنه من الصعب التوصل للدوافع، لأن الحاجات الأساسية للفرد ربما تؤثر في تعرضه لوسائل الإعلام، وربما تكون هذه الحاجات أساسية لدرجة أنه لا يمكن معرفتها، على أساس أنها محددات للتعرض لوسائل الإعلام، وبهذا لا يمكن التوصل لهذه الدوافع.**

*** وأصحاب الاتجاه الرابع ومنهم " Babrow " و"ns Aus.ti" رأوا أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس بالضرورة أن يكون مدفوعا، بل قد يكون سلوكا اعتياديا.**

وبشكل عام فإن دوافع التعرض – كما قسمها " روبن "– تنقسم إلى فئتين هما:

أ- الدوافع الوظيفية (النفعية):

---

[2] – حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص (244).

تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.

ب- الدوافع الطقوسية:

تستهدف تمضية الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات"[1].

4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

" إن الأفراد يختارون بإرادهم التعرض لوسائل ورسائل معينة تحقق لهم القيمة التي يتوقعوها، وهو ما تشير إليه نظرية القيمة المتوقعة Expectancy value theoy .

حيث إنها تقدم تفسيرا واضحا لدوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، فهي ترى أن الشخص يختار من بدائل وسائل الإعلام: الوسيلة، والمضمون طبقا لقيمتها في إشباع حاجته حسب توقع الأفراد لهذه القيمة، ومن ثم فإن إشباع الوسيلة والمضمون لحاجات الأفراد يعزز من تعرض الفرد للوسيلة مرة أخرى والعكس صحيح "[2].

" وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية، وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات" [3].

5- تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

" أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباعات، والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته "[4].

6- إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

" وفق نظرية الاستخدامات والإشباعات،يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها: " الإشباعات ".

---

[1] – مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (117، 118).

[2] – مرزوق عبد الحكم العادلي: المرجع نفسه، ص (119).

[3] – حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص (247).

[4] – حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: المرجع نفسه، ص (248).

وقد اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباعات منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام، والإشباعات التي تتحقق بالفعل.

ويفرق " لورانس وينر "wenner,L . A . 1985 : 171- 193)) بين نوعين من الإشباعات هما:

أ – إشباعات المحتوى: Content Gratifications

وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين:

النوع الأول: إشباعات توجيهية: Orientation

تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

النوع الثاني: إشباعات اجتماعية: Social

ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب– إشباعات العملية: Process Gratification

وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى نوعين:

النوع الأول: إشباعات شبه توجيهية:

وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.

النوع الثاني:

إشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة " [1].

---

[1] – حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص (248، 249).

المبحث الرابع: نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات والرد على ذلك

1- نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعرّضت نظرية الاستخدامات والإشباعات لعدة انتقادات من قبل الباحثين، وهذا عرض لأهم هذه الانتقادات والردود عليها، وذلك في محاولة لتقييم هذه النظرية:

" طرح " سوانسون " " Swaanson " عدة انتقادات وهي كما يأتي:

1- إن نظرية الاستخدامات والإشباعات تحوي غموضا، أو عدم مرونة، أو عدم اتفاق بين ما تشير إليه أفكارها الأساسية وبين المصطلحات المستخدمة في دراستها التطبيقية، حيث إن تحديد هذه المصطلحات بدقة مثل: الاستخدام، الحاجة، الدافع، الإشباع، ساعد على خلق غموض وحيرة لمن يطلع على تلك الدراسات، فالنتائج قد تختلف في كل دراسة تبعا لاختلاف هذه التعريفات، مما جعل البعض ينظر إلى أن استخدام هذه المصطلحات – في دراسة ما – لا يصلح إلا لهذه الدراسة فقط.

2- كذلك فإن العناصر الأساسية وكيفية استخدامها لهذه النظرية غير واضحة لإعطاء تفسيرات واضحة ومرضية، ويحيطها الغموض.

3- وكذلك هناك شكوك حول افتراض الجمهور النشط، فالنظرية تفترض أن الفرد لديه الوعي الكامل باحتياجاته، ويتصرف وفقا لهذه الاحتياجات " [1].

4- " يرى عدد من الباحثين أنها لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات وفي هذا تسطيح للأمور خاصة أن هناك خلافا حول تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل مفهوم الحاجات، بالإضافة إلى أن الأمر لا يتوقف فقط على الحالة العقلية، ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الإعلام مثل المركز الاجتماعي للفرد، والحالة الاقتصادية، والتعليم، وربما يفيد هذا أكثر في تطوير نموذج للسلوك والإشباع مع وسائل الإعلام (Elliot , 74 - Swonsan , 77: 79)، ولذلك فإن الأمر يحتاج إلى وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع والحاجات في الاعتبار، بالإضافة إلى أن فئات المحتوى التي تعتبر مثيرا في الاستخدام تعتبر فئات عامة، بينما يتطلب الأمر أيضا تقسيمها إلى فئات فرعية عديدة قد يختلف الأفراد في استخدامهم لها.

---

[1] 1- مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (126، 127).

5- الإشكالية الثانية التي يركز عليها " دينيس ماكويل " (**D, Mcquial . S - Windahl ,83:69**)، أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط، خصوصا عندما يرى البعض أنه يلبي حاجات أعضاء المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب ...الخ " [1].

" ولقد قدّم "ماكويل" و " سيفين" – أيضا – عدة انتقادات:

6- لا يتضح في النموذج ما إذا كانت الحاجات متغيرا مستقلا أم تابعا أم وسيطا، فهل الحاجات هي التي تدفع الأفراد لاستخدام الوسائل، أم أن إشباع الوسائل لهذه الحاجات هو الذي يدفع الأفراد للتعرض لهذه الوسائل، ويؤدي ذلك لظهور حاجات جديدة، تدفع الفرد لاستخدام هذه الوسائل ؟

7- يرتكز النموذج على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الاتصال من وظائف، وذلك من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر، ولذلك فكل الانتقادات الخاصة بالوظيفية تنطبق على هذا النموذج" [2].

" ومن ضمن الانتقادات الموجهة للوظيفية – أيضا – التداخل في معنى كلمة وظيفية (**Function**)، فهذا المصطلح يمكن أن يستخدم بمعنى " هدف " " **Purpose** "، أو بمعنى " نتيجة " " **Conseauence** " ، أو بمعنى مطلب أساسي " **Requirement** " أو التوقع " **Expectation** "، وبالتطبيق على الاتصال الجماهيري فإن الوظيفة الإخبارية تشير إلى هذه الأمور، فإذا قلنا إن وسائل الإعلام تحاول إحاطة الناس علما بأحداث الحياة، فالوظيفة هنا بمعنى الهدف أو الغرض، وإذا قلنا إن وسائل الإعلام ينبغي عليها أن تخبر الناس بأحداث الحياة، فالوظيفة هنا بمعنى مطلب أساسي أو التوقع، وإذا قلنا إن الناس يتعلمون من وسائل الإعلام، فالوظيفة هنا بمعنى النتيجة، وهكذا فإن مصطلح الوظيفة يمكن أن يكون له معان متعددة، والأمر يتوقف على الزاوية التي ننظر منها إلى هذا المصطلح" [3].

---

[1]- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص (226).

2[2]- مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (127).

[3]- مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (128).

8- " إن تطبيق هذه النظرية يطرح تساؤلا حول قياس الاستخدام فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض إلى وسائل الإعلام أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام، وهل يشير ذلك وحده إلى الاستغراق في المحتوى والإحساس بالرضا طوال فترة التعرض، وهل تشير كثافة التعرض أو الاستخدام إلى قوة الدافع وضغط الحاجات على الفرد المتلقي، مما يتطلب عزلا كاملا لكافة العوامل المؤثرة على كثافة التعرض عند بحث العلاقة بين التعرض وتلبية الحاجات، والفصل تماما بين تأثيرات الحاجات باعتبارها قوة دافعة والتعرض لأسباب أخرى غير تأثير الحاجات، ومن هذه الأسباب ما يرتبط بتأثير العادة، أو وجود وقت فراغ كبير، أو التأثيرات البيئية مثل تأثير نظام التعليم على توفير الوقت للتعرض من عدمه أو تأثير خصائص وسائل الإعلام ذاتها ... وغيرها من العوامل التي تؤثر على كثافة التعرض سلبا أو إيجابا بجانب تأثير الدوافع وضغط الحاجة الفردية "[1].

9- " أن بحوث الاستخدامات والإشباعات لم تقدم حتى الآن سوى مجموعة من الاحتياجات ذاتية التعريف، التي يبّرر بها الناس انتقاءهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي، وأيضا مجموعة من الإشباعات ذاتية التعريف يقول الناس إنهم يحصلون عليها من اهتمامهم بالإعلام، ولا تضيف بحوث الاستخدامات والإشباعات الكثير على طريق التفسير المنظم وراء ذلك، وهل هذه العوامل ذاتية التعريف هي الأسباب والإشباعات الحقيقية التي تؤدي إلى الاهتمام بالإعلام؟" [2]

10- " لا يصلح نموذج الاستخدامات والإشباعات للتعميم، لأن الاستخدامات والإشباعات من وسائل الإعلام تختلف باختلاف الثقافات كما تختلف باختلاف العوامل الديمغرافية" [3].

11- يرى الباحث [4] أن عدم تعرض نموذج الاستخدامات والإشباعات للقيم والمعتقدات الدينية - بصفتها متغيرا من ضمن المتغيرات التي تلعب دورا مهما في تعرض الجمهور أو عدم تعرضه للإعلام ومضامينه - يعد قصورا في النموذج، لأن الإعلام ومضامينه

---

1 - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص (227، 228).

2 - مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (128).

3 - مرزوق عبد الحكم العادلي: المرجع نفسه، ص (129).

4 - مرزوق عبد الحكم العادلي، المرجع نفسه، ص (129).

إن لم يحترم هذا المتغير ويضعه في الحسبان بالنسبة للجمهور، فإنه سيلاقي الإعراض من قبل الجمهور ومن ثم عدم تحقيق الإشباعات.

2- الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

دافع باحثو الاستخدامات و الإشباعات عن النظرية بالردود الآتي ذكرها:

1- " استطاع الباحثون في نظرية الاستخدامات والإشباعات وضع قائمة من الحاجات والإشباعات، بما يتيح للجمهور اختيار ما يلائم حاجاته المختلفة والإشباعات التي يسعى لتحقيقها، وبذلك يمكن تفادي عدم قدرة الأفراد على التعبير عن دوافعهم وإشباعاتهم" [1].

" وعلى سبيل المثال يقول " Dominick " 1996م إن العديد من الباحثين في مدخل الاستخدامات والإشباعات صنفوا الاستخدامات والإشباعات إلى أربع فئات رئيسية يختار منها المبحوث ما يناسبه وهي: المعرفة، التسلية، الهروب، المنفعة الاجتماعية" [2].

2- " كذلك يدافع باحثو الاستخدامات والإشباعات عن النظرية بأنها ليست وظيفية بطبيعتها، وأن مصادر التغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام، أو في تنظيم ومحتوى هذه الوسائل، فالتناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور، وبين ما يحصل عليه بالفعل يمكن أن يؤدي إلى تغيير في محتوى وتنظيم وسائل الإعلام في أي نظام إعلامي حريص على الاستجابة للواقع الذي يعمل فيه" [3].

3- "من الطبيعي أن تختلف نتائج الدراسات في بحوث الاستخدامات والإشباعات باختلاف المجتمعات، نظرا لخصوصية كل مجتمع واختلاف ظروفه النفسية والاجتماعية والاتصالية، لذلك فالتعميم ممكن في إطار المجتمع الواحد، الذي مهما اختلفت ظروفه من منطقة لأخرى فإنه يجمعها طابع عام واحد" [4].

4- " إن غموض افتراض الجمهور النشط - أيضا - تم التغلب عليه من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاث مراحل تتمثل في:

- الانتقاء قبل التعرض.
- **الاهتمام أثناء التعرض.**
- **زيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض" [5].**

1[1] - مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (129).

2[2] - مرزوق عبد الحكم العادلي: المرجع نفسه، ص (129، 130).

[3]- مرزوق عبد الحكم العادلي، المرجع نفسه، ص (130).

[4]- مرزوق عبد الحكم العادلي: المرجع نفسه، ص (130).

5[5]- مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص ((130.

5- " مفهوم الاستخدامات والإشباعات لا يتناول عناصر منفصلة، وإنما هو مفهوم متكامل يختلف باختلاف العوامل الديمغرافية للفرد، والتي يدخل الإطار الاجتماعي والاقتصادي، كما يختلف باختلاف علاقة الفرد مع وسائل الاتصال" [1].

" وقد تطورت نظرية الاستخدامات والإشباعات في العقدين الأخيرين نتيجة للانتقادات التي تعرضت لها، مما أدى إلى ظهور بعض الاتجاهات الجديدة في محاولة لعلاج هذه السلبيات.

وهذه الاتجاهات هي:

1- اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدامات، وأنواع الإشباعات، وطبيعة المضمون، وطبيعة الوسيلة المستخدمة ".

" فتعرّض الفرد لوسيلة معينة ومضمون معين سيؤدي إلى إشباعات معينة، ترتبط بدورها بدوافع الفرد عند التعرض للوسائل الإعلامية ومضامينها ".

2- " اتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل والأصول النفسية والاجتماعية عند تعرض الأفراد للوسائل مثل: المتغيرات الشخصية، والسياق الذي يتم فيه التعرض، والنشاط الاجتماعي، والتفاعل الشخصي، وهذا الاتجاه ليس بجديد، حيث بحث " ماكوبي " " Maccoby " وزملاؤه تأثير ما إذا كان قبول الطفل في العائلة أو المدرسة ينتج عن أنماط مختلفة من التعرض للوسائل، والجديد في هذا الاتجاه أنه يدرس تأثير الظروف النفسية والاجتماعية مجتمعة وليس بشكل منفرد كما في الدراسات السابقة، فالواضح أن هذه الظروف النفسية والاجتماعية تتفاعل مع بعضها البعض لتشكل في النهاية السلوك الانتقائي للأفراد" [2].

3- " اتجاه يهتم بفحص العلاقات المتداخلة بين دوافع استخدام وسائل الإعلام، وبين سلوكيات تلك الوسائل واتجاهاتها، ويتمثل هذا الاتجاه في بحوث " روبن " " Rubin " (1983 م) ودراسة " مورلي " " Morly " (1986م) ودراسة " سوانسون " " Swaanson " (1987م)، وتشير نتائج تلك الدراسات إلى أن دوافع استخدام وسائل الإعلام ليست منعزلة أو مستقلة، وإنما يمكن أن تنتج عن أنماط استخدام تلك الوسائل، كذلك أشارت نتائج تلك البحوث إلى وجود علاقة قوية بين دوافع الاستخدام وأنماط الإشباع،

[1] - مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (130، 131).

[2] - مرزوق عبد الحكم العادلي: المرجع نفسه، ص (131).

ولذلك كما يقول " روزنجرين " وزملاؤه عام (1985م): إن بحوث الاستخدامات والإشباعات بدأت تدخل مرحلة جديدة تتحدد في وجود نظرية عامة قابلة للبناء والاختبار" [3].

من خلال ما سبق تتضح أهمية نظرية الاستخدامات والإشباعات بالنسبة إلى هذه الدراسة في أنه يمكن من خلالها تحديد عادات وأنماط ودوافع تصفح الشباب الجامعي الجزائري للمواقع الإسلامية، وكذا الإشباعات التي يحققونها من هذا التصفح، كل هذا من شأنه أن يشرح طبيعة العلاقة بين جمهور المواقع الإسلامية وبين القائمين عليها ، مما يساعد أصحاب هذه المواقع على فهم احتياجات الجمهور الحقيقية وبالتالي العمل على إرضائهم لكسب أكبر عدد ممكن من المتصفحين.

[3] - مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات، مرجع سابق، ص (131، 132).

الفصل الثالث: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت

المبحث الأول: طرق الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت وتحدياتها

1- تعريف الدعوة الإسلامية

أ- لغة.

ب- اصطلاحا

2- طرق الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت

أ- البريد الإلكتروني

ب- جماعات النقاش

ج- محركات البحث

د- نشر الصحف الإسلامية على الشبكة

هـ- تصميم برامج حجب المواقع الضارة

و- تصميم برامج خدمات الإنترنت

ي- المواقع الإلكترونية

3- تحديات الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت وسبل مواجهتها

أ- التحديات الداخلية

ب- التحديات الخارجية

ج- سبل مواجهة تحديات الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت

المبحث الثاني: المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت

1- نشأة المواقع الإسلامية

2- تصنيفها

3- نماذج عن المواقع الإسلامية

4- ملاحظات عامة حول المواقع الإسلامية

تحتل الدعوة إلى الله – عزّ وجلّ – مقاما رفيعا، وهي أشرف الأعمال، لأنها وظيفة الأنبياء والمرسلين، وقد أوجبها الله – تعالى – على المسلمين كل في مجاله، وحسب علمه وقدرته، وذلك لحاجة الناس الماسة إليها في كل زمان ومكان، لانتشالهم من وسط الركام الهائل من الدعوات الضالة المضلة، والتيارات الفاسدة، والأفكار المنحرفة – المناقضة للفطرة الإنسانية والملة الإسلامية –، والتي وجدت في ظل التطور الكبير لوسائل الإعلام والاتصال الطريق ممهدا وسهلا للتأثير السيئ في مفاهيم الناس، وأفكارهم، وسلوكاتهم.

والدعوة الإسلامية ضرورة ملحة في عصرنا، نظرا لانتشار الفساد وعموم البلوى، والتطرق إلى موضوع: الدعوة الإسلامية في المواقع الإسلامية ومدى انجذاب الشباب إليها، يحتم علينا ضبط مفهوم واحد واضح للدعوة الإسلامية، يدفعنا إلى هذا كثرة تعريفاتها الواردة في مختلف الكتب التي تهتم بهذا المجال، فكل عرّفها حسب اطلاعه، واتجاهه، وهذه التعريفات تختلف فيما بينها في التصور، كما تختلف في الشمول والقصور، ونورد هنا بعضها لنصل إلى تحديد التعريف الإجرائي للدعوة الإسلامية، وقبل ذلك نقدم التعريف اللغوي لها، حتى نستشف العلاقة بين الدلالات اللغوية والاصطلاحية لمصطلح الدعوة الإسلامية:

المبحث الأول: طرق الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت وتحدياتها

1- تعريف الدعوة الإسلامية:

أ- تعريفها لغة:

" **يأتي الدعاء في اللغة بمعنى الاستغاثة، وقد يكون الدعاء بمعنى العبادة** ﴿إِنَّ الَّذِينَ تَدْعُونَ مِن دُونِ اللَّهِ عِبَادٌ أَمْثَالُكُمْ ...﴾ **سورة الأعراف، الآية (194)، وقوله بعد ذلك:** ﴿... فَادْعُوهُمْ فَلْيَسْتَجِيبُواْ لَكُمْ إِن كُنتُمْ صَادِقِينَ﴾ **سورة الأعراف، الآية (194).**

وفي كتابه – صلى الله عليه وسلم – إلى هرقل: أدعوك بدعاية الإسلام، أي بدعوته، وهي كلمة الشهادة التي يدعى إليها أهل الملل الكافرة، وفي رواية: بداعية الإسلام، وهو مصدر بمعنى الدعوة، كالعافية والعاقبة، ودعا الرجل دعوا ودعاء: ناداه، والاسم الدعوة، ودعوت فلانا أي صحت به واستدعيته، فأما قوله تعالى: ﴿ يَدْعُو لَمَن ضَرُّهُ أَقْرَبُ مِن نَّفْعِهِ ... ﴾ **سورة الحج، الآية (13) فإن أبا إسحاق ذهب إلى أن: يدعو بمنزلة: يقول، ومعناه: يقول لمن ضره أقرب من نفعه إله ورب.**

وتداعى القوم: دعا بعضهم بعضا حتى يجتمعوا" [1].

" **ودعاه إلى الأمير ساقه ....، وقال الكلبي في قوله – عز وجل –:** { قَالُواْ ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّن لَّنَا مَا لَوْنُهَا ... } **سورة البقرة، الآية (69)، قال: سل لنا ربك ....، وقوله – تعالى – في ذكر لظى – نعوذ بالله منها –:** { تَدْعُو مَنْ أَدْبَرَ وَتَوَلَّى } **سورة المعارج، الآية (17)، أي تفعل بهم الأفاعيل المكروهة، وقيل هو من الدعاء الذي هو النداء، وليس بقوي".**

" **وجاء في معجم مقاييس اللغة: (دعو) الدال والعين والحرف المعتل أصل واحد، وهو أن تميل الشيء إليك بصوت وكلام يكون منك، تقول: دعوت أدعو دعاء"** [2].

" **ويحمل على الباب مجازا أن يقال: دعا فلانا مكان كذا إذا قصد ذلك المكان، كأن المكان دعاه "** [3].

" **ويحمل مصطلح الدعوة – لغة – كل من المعاني الآتية: الاستغاثة، العبادة، الدعاية وهي كلمة الشهادة، الصياح والنداء، القول، الاجتماع، السّوق، السؤال، الفعل.**

---

[1] - ابن منظور: لسان العرب (بيروت: دار الجيل، 1408هـ، 1911م)، مج (2)، ج (2)، ص (986).

[2] – أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا: معجم مقاييس اللغة (دار الفكر، ط (1)، 1399هـ، 1979م)، ج (2)، ص (279).

[3] – أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا: المرجع نفسه، ص (281).

ونخلص من جملة هذه المعاني أن الدعوة: نداء وصيحة، وطلب للاجتماع على شيء أو الاشتراك فيه" [1].

ب- تعريف الدعوة الإسلامية اصطلاحا:

لها تعريفات كثيرة، نكتفي بإيراد بعضها فقط والتي تساعدنا على الوصول إلى تعريف إجرائي للدعوة الإسلامية في هذه الدراسة:

1- عرّفها شيخ الإسلام ابن تيمية بقوله: " الدعوة إلى الله هي الدعوة إلى الإيمان به، وبما جاءت به رسله بتصديقهم فيما أخبروا به، وطاعتهم فيما أمروا" [2].

2- وعرّفها الشيخ محمد الغزالي بأنها:

" برنامج كامل يضم في أطوائه جميع المعارف التي يحتاج إليها الناس ليبصروا الغاية من محياهم، وليستكشفوا معالم الطريق التي تجمعهم راشدين" [3].

3- ويعرفها الطيب برغوث بأنها:

" ذلك الجهد المنهجي المنظم الهادف إلى:

* تعريف الناس بحقيقة الإسلام.

* وإحداث تغيير جذري متوازن في حياتهم على طريق الوفاء بواجبات الاستخلاف، ابتغاء مرضاة الله – تعالى – ، والفوز بما ادخره لعباده الصالحين في عالم الآخرة " [4].

4- وعرّفها أحد الباحثين بقوله:

" والمقصود بالدعوة إلى الله على بصيرة هو إبلاغ الناس دعوة الإسلام – في كل عصر وحين – بالأساليب والوسائل التي تناسب طبيعة العصر الذي يعيشون فيه، وهذا يعني ضرورة الاستفادة من المكتشفات العلمية الحديثة، ووسائل الإعلام الكثيرة المتطورة في الدعوة إلى الله في العصر الحاضر" [5].

5- كما عرّفت الدعوة الإسلامية بأنها:

---

[1]- عبد النعيم محمد حسنين: الدعوة إلى الله على بصيرة (القاهرة: دار الكتب الإسلامية، ط (1)، 1405هـ، 1984م)، ص (17).

[2]- مجموع فتاوى شيخ الإسلام أحمد بن تيمية: جمع وترتيب: عبد الرحمان بن محمد بن قاسم العاصمي النجدي الحنبلي، م (15)، ص (157).

[3]- محمد الغزالي: مع الله؛ دراسات في الدعوة والدعاة (القاهرة، دار الكتب الحديثة، ط (1)، (دت))، ص (15).

[4]- الطيب برغوث: منهج النبي – صلى الله عليه وسلم- في حماية الدعوة والمحافظة على منجزاتها خلال الفترة المكية، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الجزائر، 1412- 1413هـ، 1991- 1992م، ص (17،18).

[5]- عبد النعيم محمد حسنين: الدعوة إلى الله على بصيرة، مرجع سابق، ص (20).

" تلك الحركة الإنسانية الشاملة التي تهدف إلى بناء مجتمع إسلامي ملتزم بالإسلام عقيدة وشريعة وأخلاقا، وتبليغ رسالة الإسلام إلى الناس كافة باستخدام كافة الوسائل المشروعة" [6].

والملاحظ على كل تعريف من التعريفات السالفة الذكر أنه لا يبلور التعريف الشامل والعميق للدعوة الإسلامية، إذ أن كل تعريف يذكر أمور ويهمل أخرى، وهذا ما يدفعنا إلى جمع هذه التعريفات في تعريف واحد – لا نحسب أنه تعريف جديد أو أنه التعريف الجامع المانع –، ولكنه محاولة لبلورة تعريف نعتمده في هذه الدراسة فنقول:

الدعوة الإسلامية هي:

الجهود الشاملة المنظمة والمستمرة لتعريف الناس كافة بالإسلام ، وإقناعهم به: عقيدة، وشريعة، وأخلاقا، ومنهج حياة، بمختلف الوسائل والأساليب المشروعة، ابتغاء مرضاته – تعالى – لأنها واجب شرعي وضرورة إنسانية.

2- طرق الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت:

إن دعوة الناس إلى الله – سبحانه وتعالى – واجب على الأمة الإسلامية بنص القرآن الكريم، قال – تعالى – : ﴿ كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللّهِ ... ﴾ **سورة آل عمران، الآية (110)، وكذا الخصائص التي تتميز بها الدعوة الإسلامية من شمولية وعالمية، تحتم على العاملين للإسلام استغلال " الإنترنت" لأنها تحقق هذه الشمولية والعالمية، ولأنها تختصر الأوقات والجهود والأموال، كما أنها (الإنترنت) تعتبر في عصرنا الوسيلة الإعلامية والاتصالية الأكثر جذبا للناس في كل أنحاء العالم، وإن التقاعس أو القعود عن استغلال هذه الوسيلة الفعالة في نشر الدعوة الإسلامية والدفاع عن الإسلام يعتبر تخاذلا في أداء واجب الدعوة وتهاونا في نشرها، لأن الدعوة الإسلامية تعتبر حقا للإنسانية جمعاء، حتى يعرف الناس سماحة الإسلام ويعيشوا آمنين في ظله، خاصة وقد كانت المبادرة لأعداء الله في استغلال الإنترنت في حملاتهم المسعورة ضد الإسلام والمسلمين، سواء الحملات التنصيرية – من خلال مواقع تحاول توفير منبر موثوق به لتواصل الإرساليات العاملة في مجال التنصير عبر الإنترنت بهدف الوقوف أمام انتشار الإسلام والقضاء على عقيدته في نفوس المسلمين وتفتيت وحدتهم من جهة، والحيلولة دون دخول النصارى وكذا الأمم الأخرى – بمختلف دياناتها – في الإسلام من جهة أخرى –، أو حملات تشويه الدين الإسلامي والإساءة**

---

[6] – البشير قلاتي: دراسات في مسار وواقع الدعوة الإسلامية في الجزائر (الجزائر: منشورات مكتبة إقرأ، ط (1)، 2007م)، ص (87).

إلى النبي – صلى الله عليه وسلم – لتشكيك المسلمين في دينهم، وكذا صد غير المسلمين عن الدخول في الإسلام، أو استغلال الإنترنت في نشر الفساد والانحلال بشتى أنواعه وطرقه ومظاهره، محاربة للفضيلة.

ونظرا لكل هذا تعيّن على المسلمين عموما – كل يساهم في الدعوة حسب استطاعته –والدعاة خاصة استغلال جميع الخدمات التي توفرها الإنترنت في تعريف الناس بالإسلام، ورد الشبهات والأباطيل من حوله ، ولا يكون الاستغلال الأمثل لخدمات هذه الشبكة إلا بتكاثف الجهود والعمل المخلص المشترك بين الدعاة المتضلعين في مختلف العلوم الدينية وكذا الدنيوية، ورجال الإعلام المتمرسين في مجال التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، وبهذا يمكننا تطويع الإنترنت، واستغلال خدماته لخدمة الدعوة الإسلامية.

وتتمثل أهمية الإنترنت في الدعوة إلى الله في عدة نقاط أهمها:

– " وصول الدعوة الصحيحة من خلال الشبكة إلى أماكن يصعب الوصول إليها، وقد كان يعد تبليغ الإسلام لهذه المناطق ضربا من الخيال.

– سهولة الاتصال بالمسلمين أو غير المسلمين في مختلف أرجاء المعمورة بالكتابة، والصوت، والصورة المتحركة والثابتة، فيحصل يسر الاتصال مع تنوع الأسلوب.

– قلة التكلفة، فإرسال المعلومات عبر الإنترنت لا يكلف عشر معشار الطرق التقليدية، كإرسال الكتب الدعوية، والأشرطة الدينية، والأفلام التعليمية إلى بلاد المسلمين البعيدة والقريبة.

– ازدياد نسب المطلعين في بلاد المسلمين على مواد هذه الشبكة ، مع ملاحظة ضخامة المطلعين في البلاد الأخرى، وهذا يمكّن الداعية من الاتصال بأعداد ضخمة من الناس" [1].

– " تملك الأمة الإسلامية طاقات هائلة من شباب اجتمع فيه الفقه والحماس والحرص، وتحتاج هذه الطاقات إلى توجيه واستغلال، ولكن الكثير منها معطلة أو مهددة، لعجز في الإلقاء، أو خجل من اللقاء، أو تحقير زائد للذات، فأثر عليها، ولكن من خلال الشبكة يستطيع الأبكم والخجول والمعوق وغيرهم أن ينشروا الخير، كل على قدرته، وعلى هذا نستطيع استغلال تلك القدرات وتوظيفها في مجالاتها المختلفة.

---

[1] – محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر (القاهرة، دار الفجر، ط (1)، 2004م)، ص (321).

– دوام الاتصال بالمسلمين ومدهم بكل جديد ومفيد، بخلاف ما يحصل الآن من جهة الاتصال بكثير من المسلمين في العديد من البلدان ثم الانقطاع عنهم.

– قطع الطريق على أهل الباطل، وذلك بفضح أباطيلهم، وتعرية شبههم.

– تمكّن هذه الشبكة الدعاة من فتح ثغرات في جدار العدو، من خلال إسلام أهله أو تحييدهم عن إعاقة الدعوة الإسلامية ومحاربة أهلها، وبالتالي يقف العدو حيرانا بين المسلمين – سواء كانوا داخل أو خارج أرضه – ، وبين اقتناع أهله بعدم عداوة المسلمين.

– إيجاد البديل المنظم المرتب للمسلمين بصورة حسنة، وهيئة بهية، وذلك في كافة ما يحتاجون إليه في دينهم ودنياهم.

– نزع ثقة الناس في أهل الباطل، وإلباسها أهل الحق، وذلك من خلال الجهود والخدمات المقدمة لهم.

– فتح أبواب الدعوة من خلال الشبكة عند إغلاق غيرها، فإذا لم يستطع الداعية إلقاء محاضرة، فتح له بهذه الشبكة طريق للخير يحضره أضعاف من كان يحضر محاضرات المساجد والقاعات" [1].

– توفر الإنترنت للداعية مالا يستطيع شراءه من الكتب التي تساعده على الدعوة ضمن مواقع الإنترنت " يكون تحت تصرفه كل أو معظم تفاسير القرآن – الكريم –، وكذلك كل أو معظم كتب السنة، والأهم من ذلك أن البحث أصبح سريعا، فإذا كان يحضّر خطبة ويحتاج لمراجعة تفسير بعض الآيات فيمكن استدعاؤها بسرعة، وإذا كانت هناك مجلة إسلامية أو بحثية ويتعذر عليه الحصول على نسخ منها، فيمكنه أن يطلع عليها باستخدام الإنترنت، كما يمكن للداعية الشاب أو المبتدئ أن يستشير رجال الدعوة والفتوى باستخدام البريد الإلكتروني " [2].

وتتمثل طرق الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت في الآتي:

1- البريد الإلكتروني:

---

[1] – محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص (322، 323).

[2]– سميرة رابح بوعيشة: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت؛ مقارنة بين منهجي الشبكة السلفية وشبكة إسلام على الخط في الدعوة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة –، 2003م، ص (67).

" يعتبر البريد الإلكتروني (**E. Mail**) أكثر التطبيقات استخداما على الإنترنت، حيث أصبح بديلا للمراسلات البريدية العادية [1]، لقد أصبحت عملية بث الرسائل متعة وتسلية بعيدا عن مكاتب البريد التقليدية،والانتظار، واحتمال عدم وصولها إلى وجهتها أو ضياعها" [2]، فبالإضافة إلى قلة تكلفته، يمكن لكل شخص لديه عنوان بريد إلكتروني أن يستقبل البريد الإلكتروني حيثما تواجد، وحالما يربط بـــ " إنترنت " [3].

" ويستهدف البريد الإلكتروني تسهيل وصول المعلومات على الفور، ويمكن أن تكون هذه البيانات في شكل: نصوص، أو صوت، أو رسوم، يتم ذلك باستخدام نظم البريد التي تعتمد على الحاسب الإلكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها، ونقلها إلى أماكن بعيدة، ويوجد نظامان أساسيان للبريد الإلكتروني يسمى النظام الأول **Store and forward**، ويتعامل مع الصوت والنصوص المطبوعة، ويسمى النظام الثاني: **Facsimile**،ويتعامل مع الرسوم فقط.

ويمكن لأي مستخدم – من خلال البريد الإلكتروني – أن يرسل بالبريد الإلكتروني إلى أي مستخدم آخر للإنترنت، وبهذه الوسيلة يمكن الاتصال بالجمهور في جميع أنحاء العالم من خلال رسائل مكتوبة ومسموعة ومرئية بتكلفة رخيصة " [4].

" وأصبح البريد الإلكتروني أداة عمل حيوية بالنسبة إلى جميع الشركات، وهو أحد الأسباب الكامنة وراء تنامي استعمال الشركات لشبكة " إنترنت"، فهو عندما يتم اعتماده بفعالية يستطيع أن يحسّن الإنتاجية لدى المؤسسات ويزيد من تنافسيتها.

ويقول مسئول في إحدى الشركات إن البريد الإلكتروني يعتبر حاليا أداة أساسية لدى أية شركة تقوم بالتنافس على المسرح العالمي في الوقت الحاضر" [5].

" تعتبر التكلفة القليلة، والسرعة الفائقة في إيصال الرسائل من أهم فوائد البريد الإلكتروني، وكذا من خلاله يمكن للمستعملين أن يشاركوا في النقاش المباشر، وتبادل الآراء حول موضوع معين أو عدة مواضيع" [6].

---

[1]– مي العبد الله سنو: الاتصال في عصر العولمة؛ الدور والتحديات الجديدة (بيروت: الدار الجامعية، ط (1)، 1999م)، ص (98).

[2]– علاء عبد الرزاق السالمي: تكنولوجيا المعلومات (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، ط (2)، 2007م)، ص (453).

[3] – علاء عبد الرزاق السالمي: تكنولوجيا المعلومات، المرجع نفسه، ص (453)، (بتصرف).

[4] – محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص (326، 327).

[5] – علاء عبد الرزاق السالمي: تكنولوجيا المعلومات، مرجع سابق، ص (453، 454).

[6] – علاء عبد الرزاق السالمي: المرجع نفسه، ص (455، 456).

" لقد فطن مخربو القيم لهذا الأمر فأصبحوا يستخدمون هذا البريد بشكل يثير الدهشة ويخيف ذوي الألباب، إذ أن موقعا واحدا من المواقع المجانية (التي تعدّ بالملايين) يرسل عددا كبيرا من مواقع الانحلال الخلقي والجنسي إلى مليون صندوق بريد إلكتروني يوميا، ومجانا، وكل يوم لهذه المواقع تطوير وتحديث (بعض مواقع الهدم يجري فيها التحديث كل 15 دقيقة، بينما استمر إعلان استقبال الأضاحي لتوزيعها على المحتاجين حتى شهر صفر في أحد المواقع الإسلامية)" [1].

"وهناك الآلاف من قوائم البريد على الشبكة في مئات الموضوعات المتخصصة، ولهذا فإن قوائم البريد من الأماكن الممتازة للوصول إلى الجماهير المستهدفة المحددة" [2].

" والبريد الإلكتروني وسيلة جيدة للدعوة، مكملة للوسائل الأخرى، فباستخدامه يمكن توجيه دعوة الإسلام إلى ملايين العناوين الإلكترونية، ويمكن اختيار شريحة ذات مواصفات معينة لكي تصلها الدعوات، ويتم ذلك إما بالمراسلة الفردية، أو بالاتفاق مع شركات الإنترنت التي تقدم الخدمات البريدية مقابل أجر معين، فهذه الشركات لها قوائم بريدية تتجاوز أحيانا الخمسين مليون عنوانا بريديا، وبالاتفاق مع هذه الشركات يمكن توصيل دعوة الإسلام لخمسين مليون مشترك بالإنترنت" [3].

" كما يمكن لإحدى المؤسسات الدعوية أن تؤسس قائمة بريد يتم من خلالها استقبال الرسالة الإلكترونية، والمحتوية على استفسار أو فكرة أو غير ذلك من أي عضو في هذه القائمة، ثم إعادة بثه إلى جميع المشتركين في القائمة البريدية، بحيث يستطيع أعضاء القائمة التحاور فيما بينهم أو طرح الأسئلة المتنوعة التي تهم المسلم، ليقوم من لديه الإجابة بإرسالها إلى مركز القائمة البريدية، والذي يقوم بدوره ببثها لجميع الأعضاء، أي خلق نوع من المشاركة بين أعضاء القائمة" [4].

---

[1]- علي الحمادي: " الإنترنت"، جريدة العالم الإسلامي (ع (1967)، الإثنين 5 / 2 / 2007م)، ص (8).

[2]- محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص (327).

[3]- أحمد محمود أبو زيد: " استغلال الإنترنت فيفي الدعوة الإسلامية ضرورة ملحة لمواجهة الخطر التنصيري وغيره من الحملات والمخططات المعادية للإسلام"، جريدة العالم الإسلامي.

[4]- سميرة رابح بوعيشة: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت؛ مقارنة بين منهجي الشبكة السلفية وشبكة إسلام على الخط في الدعوة، مرجع سابق، ص (69).

ويستطيع الدعاة أن يراسلوا أعدادا ضخمة من الجماهير و أن يردوا على مشكلاتها، وأن يواجهوا شكوكها بالبيان العلمي والأدلة الواضحة [1].

" والبريد الإلكتروني في مجال الدعوة الإسلامية هو نوع من الدعوة بالمراسلة، التي كانت موجودة منذ فجر الدعوة الإسلامية، فالتواصل بين الداعية والأفراد محور مهم من محاور الدعوة الإسلامية، ولقد استخدمه الرسول – صلى الله عليه وسلم – حين أرسل رسائله إلى الملوك والحكام يدعوهم فيها إلى الإسلام، ولو أن الغاية من ذلك هي دعوة الشعوب بعامة، إلا أن مراسلة الفرد تتميز بالخصوصية والتركيز، وتكون مدعاة إلى الاستجابة وسببا في الهداية.

وواجب جميع المسلمين بصفة عامة، والدعاة بصفة خاصة الاهتمام بالدعوة بالمراسلة، وباب المراسلات موجود في جميع الصحف والمجلات، وبنشر عناوين الأصدقاء الراغبين في الصداقة بالمراسلة، ولعل المساجد ومؤسسات الدعوة مسؤولة عن ترشيد هذا الأسلوب بتزويد المراسلين بالمؤلفات والكتيبات، والوسائل السمعية والبصرية التي تفيدهم في تحقيق التواصل مع المسلمين الآخرين، ومع غير المسلمين من أبناء وشباب الشعوب الأخرى" [2].

شروط نجاح الدعوة باستخدام البريد الإلكتروني:

أ– أن تكون الرسالة التي يبثها الداعية صادرة عن دراسة ووعي وتفكير، انطلاقا من معرفة شاملة ومحيطة بأحوال المدعوين وظروفهم، حتى يكون وصولها إلى المدعو في الوقت المناسب، وبالأسلوب الملائم.

ب– أن تكون هناك جهات مسؤولة يمكن للمراسلين الاتصال بها والحصول على المعلومات.

ج– توحيد الجهود حتى لا تتشتت وتتضارب في إطار الرؤى الشخصية والخلافات المنهجية،والتي تنعكس على الآخرين في نفورهم من الدعوة الإسلامية [3].

وإذا كان العديد من مستخدمي البريد الإلكتروني يتذمّرون منه لأنهم يعتبرونه غير آمن وغير شخصي، فإن هذه الصفة لا تشكل بأي حال عائقا أمام الدعاة في أدائهم لواجبهم الدعوي، بل بالعكس لأنها تتيح الفرص لعدد أكبر للاطلاع على الإسلام.

---

[1]– محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص (328)، (بتصرف).

[2] – محمد منير حجاب: المرجع نفسه، ص (327).

[3] – محمد منير حجاب: المرجع نفسه، ص (328)، (بتصرف).

2- جماعات النقاش:

" يعد الاتصال الجمعي أحد ملامح شبكة الإنترنت، وذلك من خلال انتشار جماعات النقاش، أو منتديات الحوار، أو جماعات الأخبار" [1]، " أو المؤتمرات الإلكترونية، وهي تسمح للمشاركين بتبادل المعلومات حول مواضيع مختلفة، وتبادل الرسائل المكتوبة والصوتية، ويتم تقديم هذه الخدمات بالاستعانة ببروتوكول IRC (Internet Relay Chat)، وهو بروتوكول للحوار المباشر، اخترع سنة 1992م، ويسمح بالحوار الفردي أو الجماعي بطريقة تفاعلية عبر الصوت والصورة " [2].

وتتيح شبكة الإنترنت آلافا من جماعات الأخبار التي تناقش أي موضوع أو قضية يمكن أن تخطر على البال.

وعادة ما يدير المنتدى وسيط يتلقى الأسئلة والإجابات على ملف خاص يسمى (FAQ) Frequently Asked Questions ، ويمكن أن يستخدم العميل هذا الملف ليرى ما إذا كانت المشكلة أو السؤال الذي يطرحه سبق الإجابة عليه أم لا ، وبالتالي يحصل على إجابة فورية على سؤاله دون انتظار الإجابة من جماعة الأخبار.

ويمكن للدعاة من خلال جماعات النقاش أو منتديات الحوار المشاركة برسائل دعوية سواء بإنشاء قضية جديدة، أو بالإضافة إلى قضية موجودة بالفعل، في الحالة الأولى تكون المواضيع مطروحة من قبل الموقع والمطلوب هو تعليق الزوار، وميزة هذا الأسلوب التحكم في المعروض، والثانية عندما يترك للزوار المجال لطرح موضوعات، وميزة هذا الأسلوب فتح الباب لإبداع الزائر وشعوره بالمشاركة، واتساع المشاركة بحيث تشمل أفرادا من بلدان عديدة.

والمهم هنا أن يتسم الزائر في مناقشته بآداب الحوار في الإسلام، وبالحكمة والذكاء في العرض والتناول للقضايا الدينية.

ومن أهم أخلاقيات الحوار والنقاش ألا يدخل الإنسان الحوار إذا كان لا يحمل العلم الذي يضيف للنقاش فائدة ومعرفة جديدة، لأن مشاركته لا تعدو أن تكون تضييعا لوقته ووقت الآخرين، أو ربما تشوش عليه فكرته وعقيدته.

---

[1] – محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص (328).

[2] – نور الدين بومهرة، ماجدة حجار: " الإنترنت: مفهومها..."، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية (جامعة باتنة، ع (12)، جوان 2005م)، ص (226).

وبالنسبة لآداب الإشراف على هذه المواقع " للمشرفين الذين تعنيهم إدارة الموقع " فإنه:

لابد من مراعاة حفظ الدين من التشويه والتشويش، وكل ما يتصل بعقيدة المسلم، وكذلك أعراض الناس وخصوصا العلماء، وينصح باتباع الآتي:

أ- قطع دابر الفساد من أصله، فكل موضوع أو نقاش يطرح وفيه رائحة الفتنة والخيانة لهذا الدين، والمساس بكرامة الناس والعلماء خصوصا يشطب ويشطب صاحبه.

ب- تشجيع الخير وما يدعو إلى وحدة المسلمين، وما فيه بيان للحق والعدل.

ج- شطب المشاركات الهزيلة والتي لا فائدة منها حفظا لأوقات الناس.

د- لابد من الالتزام بحقوق الكاتب، وعدم الاعتداء على طرحه من غير الرجوع إليه، إلا في حالة الإساءة أو مخالفة ضوابط الكتابة في ذلك الموقع.

ه- الفصل في التراعات القائمة بين المشتركين في المواضيع والقضايا المطروحة وذلك بالرجوع إلى أهل العلم.

ورغم ذلك فهناك المنتديات الإسلامية التي نلمس فيها بعض المشاركات الدعوية، والأفكار الإصلاحية من البعض، وهذا توفيق من الله فجزاهم الله خيرا، لكن أيضا توجد الكثير من المنتديات تعلوها سمة الغفلة والضياع [1]، "فالعديد من مستخدمي الإنترنت وخاصة الشباب يتجهون نحو التسامر عن بعد أو الدردشة حوالي (77%) من مجمل مفردات عينة البحث، يقول صاحب الدراسة: " لكن الذين يشاركون في الندوات عبر الإنترنت فقليل مقارنة بالاستفادة من الخدمات التي يقدمها لهم الإنترنت، إن حلقة النقاش عبر الإنترنت – يعقّب – تتطلب جهدا وتحضيرا، ونوعا من الجدية، خلافا للدردشة التي تتميز بنوع من الارتخاء والمزاح، وخلافا أيضا لعملية تتزيل الألعاب والموسيقى ....، وربما يعود نقص مشاركة الشباب في الندوات إلى التصور الذي يملكه الشباب عن الإنترنت، إذ أن الكثير منهم يرون أنها وسيلة ترفيه وتسلية أكثر منها وسيلة معرفة وتعلم، هذا إضافة إلى أن الكثير منهم مازال يؤمن بأن

---

[1]- محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص (328- 330).

مصادر المعرفة والعلم ستظل مكتوبة وموجودة في بطون المكتبات" [1]، " وأيا يكن الأمر، فهؤلاء يحتاجون إلى كلمة صادقة، وتذكير بالمعروف، لنقلهم من الغفلة إلى الحق " [2].

3- الدعوة من خلال محركات البحث:

تلعب هذه الخدمة في الإنترنت دورا هاما في خدمة الإسلام إذ " يمكن للدعاة نشر دعوة الإسلام من خلال محركات البحث، حيث يدخلون موضوعات إسلامية وتعريف بالدين الحنيف، وحتى كتب إسلامية في محركات البحث، ويمكن لكل باحث من خلال هذه المحركات أن يطلع على العناوين التي يضمنها الدعاة المحتوى الرسالي الدعوي، فيدخلون إليها بسهولة ويطلعون على الإسلام " [3].

وحتى تكون هذه الطريقة فعالة في نشر الدعوة الإسلامية، يجب اختيار محركات البحث المشهورة الغربية منها أو العربية لضمان جذب أكثر عدد ممكن من مستخدمي الإنترنت.

4- نشر الصحف والمجلات الإسلامية على الشبكة: **وتعرف بالمجلات والجرائد الإلكترونية، ورغم أن جمهور الصحف والمجلات الإسلامية لم يستطيعوا الاستغناء عن النسخ الورقية منها، إلا أن الانجذاب نحوها بدأ يقل لصالح النسخ الإلكترونية لما تتميز به من خصائص: كسرعة التصفح، إمكانية الاطلاع على الأرشيف، الحصول على آخر الأخبار... الخ، لذلك فهي وسيلة فعالة للدعوة الإسلامية عبر الإنترنت.**

5- " تصميم برامج حجب المواقع الضارة:

وتقديم هذه البرامج لجهات الاختصاص، ومتابعة تلك المواقع والتعرف عليها لحجبها أو عمل شيء يؤدي إلى إبطال فاعليتها أو تخفيف ضررها، مع ضرورة الحذر الشديد من هذه المتابعة لما فيها من خطورة على المتابع.

6- تصميم برامج خدمات الإنترنت:

---

[1]- نصر الدين لعياضي: الشباب الإماراتي والإنترنت؛ استخدام الإنترنت والسلوك الثقافي، مجلة الإذاعات العربية (ع (3)، 2005م)، ص (92)، (بتصرف).

[2]- محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص (330)، (بتصرف).

[3]- سميرة رابح بوعيشة: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت؛ مقارنة بين منهجي الشبكة السلفية وشبكة إسلام على الخط في الدعوة، مرجع سابق، ص(70).

وفي مقدمتها برامج الاتصال لتكون بديلا عن البرامج الأجنبية التي يصاحبها الفساد والانحلال الخلقي، مع ضرورة توزيع ذلك مجانا على أكبر عدد ممكن في العالم العربي والإسلامي" [1].

7- المواقع الإلكترونية:

" الموقع عبارة عن صفحة خاصة على شبكة الإنترنت تصمم بحيث تستخدم كواجهة عرض تقدم للمستخدمين كافة المعلومات التي يريدون معرفتها، ويشتمل الموقع إلى جانب النصوص على الصور والرسوم والخرائط، كما يزود بالصوت والموسيقى المصاحبة والألوان وكافة عوامل الجذب المختلفة، وعند إنشاء الموقع يتم الإعلان عنه على الإنترنت ومن خلال الجرائد والمجلات، والبريد الإلكتروني، والإعلانات، وكافة المطبوعات الأخرى" [2].

---

[1]- علي الحمادي: " الإنترنت"، جريدة العالم الإسلامي، مرجع سابق، ص (8).

[2]- محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص (332).

كيفية الوصول إلى الموقع :

" تعتمد المواقع الإعلامية على عدة وسائل للوصول إليها هي:

أ– أدلة محركات البحث مثل: yahoo – Google .

ب– تقدم كل وسيلة إعلامية عنوانها الإلكتروني عن طريقها هي، مما يسهم في إعلام جمهورها الخاص بوجود الموقع.

ج– تستغل المواقع الإعلامية الروابط الإلكترونية The links بكثافة وخاصة تلك الروابط التي تقدمها المواقع الإعلامية المتخصصة، ولا ننسى أن مستخدمي الإنترنت يتبادلون العناوين الإلكترونية فيما بينهم، وبالتالي فإن جودة الموقع تسهم في شهرته" [1].

د– كما يتم الوصول إلى الموقع بقراءة الإعلان عنه في: الإنترنت، الجرائد والمجلات، البريد الإلكتروني ... الخ .

عناوين مواقع الإنترنت (URL):

" يعرّف عنوان موقع الإنترنت اختصارا بكلمة (URL) إشارة إلى عبارة:Unifom Resources Locator، حيث تدل عناوين مواقع الإنترنت إلى مكان تواجد ذلك الموقع بين ملايين المواقع المنتشرة في شبكة الإنترنت، فهي تمثل وسيلة لتمييز تلك المواقع عن بعضها، وتسهل الوصول إليها.

مكونات عناوين مواقع الإنترنت:

تلعب أسماء النطاقات (Domain Names) دورا رئيسيا في بنية كل من عناوين مواقع الإنترنت، وعناوين البريد الإلكتروني، حيث يمكن الاستدلال من خلالها على هوية صاحب العنوان، وذلك بتتبع دلالات أجزائه" [2].

" وعلى سبيل المثال لو أخذنا عنوان موقع كلية القدس على شبكة الإنترنت وهو: www. Quds, edu,jo)//http:) كمثال توضيحي فسنجد أنه يتكون من الأجزاء الآتية:

---

[1] – عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط (1)، 2006م)، ص (242).

[2] – صالح عمر سعادة وآخرون: مقدمة إلى الإنترنت (عمان: مكتبة المجتمع العربي، ط (1)، 2007م)، ص (27).

1- بروتوكول http : //

وهذا الجزء يرمز إلى البروتوكول المستخدم، وهو بروتوكول نقل النص المتشعب: (Hyper Text Transfer Protocol).

2- شبكة العنكبوت WWW

وهذا الجزء يرمز إلى شبكة العنكبوت اختصارا لعبارة (World Wid Web).

3- اسم النطاق domain name والذي يتكون من الأجزاء الآتية:

Quds* : وهو نطاق المستوى الثاني (SLD)، والذي يملك صاحب الموقع حق اختياره وتسجيله كاسم خاص به، ويمكن أن يكون اختصارا لاسم صاحب الموقع كما هو الحال هنا.

*** Edu: وهو النطاق العام (GTLD)الذي يحدد نوع أو صفة الموقع، ويتألف من ثلاثة أحرف فقط، وهو هنا يشير إلى أن الموقع يحمل الصفة التعليمية educational .**

*** Jo: وهو نطاق شفرة البلد (CCTLD)، وهو هنا يشير إلى الأردن"[1].**

" وتتنوع مواقع الويب بتنوع الجهات الراعية لها، خاصة وقد أصبح بإمكان أي شخص أو شركة أو غيرهما إنشاء ونشر مواقع تمثلهم على شبكة الإنترنت، ورغم أنه بإمكاننا تصنيف مواقع الويب عدة تصنيفات، إلا أن أهم تصنيف للمواقع – وحتى الإسلامية منها –هو تصنيفها على أساس الجهة الراعية لها، وعلى هذا الأساس يمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنواع هي:

* مواقع شخصية (Pivate sites):

تكتسي هذه المواقع بحلة الشخص الذي تتحدث عنه، وتخدم توجهاته وأهدافه، وتقدم لزائري الموقع تغطية لنشاطاته وأعماله، وتزودهم بالكثير من الروابط والعناوين المفيدة على صعيد الاهتمامات الشخصية.

* مواقع مؤسسية (Organizational sites):

وتندرج تحت هذا الصنف كل المواقع التجارية والترويجية التي تمثل جهة مؤسسية ما، والأمثلة على هذه المواقع كثيرة (المواقع التعليمية، المواقع الإعلامية، المواقع التكنولوجية ...).

* المواقع البوابية (Portals):

---

[1] – صالح عمر سعادة وآخرون: المرجع نفسه، ص (28، 29).

مواقع ضخمة تتضمن بعض التوجهات المؤسسية، كما تقدم الكثير من الخدمات الإعلانية Adveertising)) والإعلامية (Media) "[1].

" ويمكن للدعاة عبر المواقع الإلكترونية أن يقوموا بعدة نشاطات دعوية منها على سبيل المثال:

– إنشاء صفحات نسيجية بكل ما يمكن من اللغات: تحتوي على موضوعات العقيدة، وشرح العبادات والرد على الشبهات المثارة حول الإسلام، وتوضيح الأخطار المحدقة بالعالم الإسلامي، وغيرها من الموضوعات، ويمكن إنشاء صفحة خاصة لكل من هذه الموضوعات وربطها مع بعضها بحيث ينتقل زائر إحدى هذه الصفحات إلى الصفحات الأخرى بسهولة.

– أو بإنشاء صفحات – دائما عبر النسيج العالمي – تهتم بتلقي الأسئلة الدينية والاجتماعية وغيرها من زوارها عبر الخدمات التفاعلية (البريد الإلكتروني، منتديات الحوار، الدردشة...)، وتقوم بتوجيهها إلى العلماء والمختصين للرد عليها وفق الرؤية الإسلامية، ومن ثم نشر الإجابات على الصفحة لإتاحة اطلاع الزوار عليها.

– أو بإنشاء صفحات متخصصة في رد الشبهات المثارة حول الإسلام والتحذير من الأديان الكافرة والمذاهب الباطلة، ومكافحة حملات التنصير في العالم الإسلامي وما أكثرها"[2].

" وتعتبر المواقع الإسلامية من أنفع الوسائل وأكثرها فائدة في الدعوة إلى الله – تعالى– عبر الإنترنت، لأن الموقع الإسلامي عبارة عن مكتبة كبيرة غنية بالمعلومات (المكتوبة، والصوتية،والسمعية البصرية...) عن الإسلام، وهي تعرض محتواها بالمجان لملايين الناس على اختلاف أجناسهم وعقائدهم ولغاتهم، خاصة إذا كان هذا الموقع متعدد اللغة" [3]، بالإضافة إلى الكثير من شروط نجاحه منها: ثراء المضمون، استخدام الوسائط المتعددة، كثرة الخدمات التفاعلية... .

1[1]– عيسى بوعافية: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة –، 2002– 2003م، ص (94، 95).

2[2]– عبد الله بن محمد العتيق: " الدعوة إلى الله عبر شبكة الإنترنت"، مجلة المستقبل الإسلامي، ع (58)، 1419هـ، ص (27)، نقلا عن: سميرة رابح بوعيشة: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص (68).

[3]– عيسى بوعافية: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص (95).

معايير المواقع الناجحة على شبكة الإنترنت:

" إن المنافسة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية قد تحسم الأمور لصالح المواقع الأكثر تطورا من الناحية التقنية" [1]، والأحسن تصميما من الناحية الفنية، والأكثر كفاءة من حيث المضمون.

1- محتوى الموقع:

لجعل محتوى الموقع أكثر مصداقية عند زائريه لابد من توفر الشروط الآتية:

– " أن يتوفر اسم المؤلف أو صاحب المادة المعروضة في الموقع بشكل واضح وصريح، وكذا بعض المعلومات الهامة عنه: كانتمائه إلى مؤسسة أومنظمة مثلا، ومؤهلاته الأكاديمية، ونشاطاته المختلفة، لأن ذلك من شأنه أن يعطي مصداقية أكثر لمضمون الموقع" [2]، " كذلك إعطاء معلومات عن الهيئة المنتجة وإدارة الموقع ومراجعاته" [3].

– " أن تكون نية وهدف الجهة المسؤولة عن المعلومات واضحة وصريحة.

– أن تبدو وجهة نظر الجهة المسؤولة عن المعلومات موضوعية وخالية من التحيز" [4].

– " دقة المعلومات ومصداقيتها:

أن تكون المعلومات المعروضة عبر الموقع الإلكتروني عبارة عن حقائق واضحة ودقيقة مع توفر عمق المعالجة والموضوعية، لا مجرد آراء أو دعاية " [5]، " كذلك أن يكون بالإمكان التحقق من المعلومات المعروضة، وأن ترتكز المعلومات على أدلة قوية ومنطق جيد، ومدعمة بالبراهين المناسبة، وأن يتم مراجعة وتحكيم هذه المعلومات بشكل سليم.

– أن يكون الموقع خال من الأخطاء الإملائية والنحوية، ومظاهر الإهمال في عرض المواد"[6].

– " أن تكون الصفحات غنية بالمعلومات.

---

[1]– مي العبد الله: الاتصال والديمقراطية (بيروت: دار النهضة العربية، ط (1)، 2005م)، ص (222).

[2]2– ربحي مصطفى عليان، حسن أحمد المومني: المكتبات والمعلومات والبحث العلمي (عالم الكتب الحديث، ط (1)، 2006م)،ص (317، 318)، (بتصرف).

[3]3– ربحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي: تسويق المعلومات (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ط (2)، 2006م)، ص (281)، (بتصرف).

[4]– ربحي مصطفى عليان، حسن أحمد المومني: المكتبات والمعلومات والبحث العلمي، مرجع سابق، ص (317).

[5]5– انظر: ربحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي: تسويق المعلومات، مرجع سابق، ص (281). و ربحي مصطفى عليان، حسن أحمد المومني: المكتبات والمعلومات والبحث العلمي، مرجع سابق، ص (317).

[6]– ربحي مصطفى عليان، حسن أحمد المومني: المرجع نفسه، ص (119).

- **أن يكون عنوان الموقع سهل التذكر.**
- الثبات Consistency:

معالجة كل صفحة من الموقع كصفحة دخول "[1]، حيث أن درجة انسجام صفحات الموقع دليل على نجاحه، فالكثير من المواقع تهتم بالصفحات الأولى بهدف جذب انتباه الزوار، وبعد ذلك تجد الصفحات على درجة أقل من الجودة والتنظيم.

- **" عرض الفكرة بالكلمات التي تدل على نفسها، ودعمها بالصوت والصورة عندما يكون ذلك ضروريا "[2].**
- " استمرارية الموقع:

إن استمرارية الموقع من العناصر التي تحافظ على ثقة زائر الموقع، وبخاصة إذا كانت محتوياته تلبي حاجات الجمهور.

- إمكانية البحث عن المعلومات:

يمثل وجود وسيلة للبحث عن المعلومات في الموقع أهمية كبيرة للحصول على الأخبار والمعلومات المختلفة بسرعة، وذلك باستخدام مجموعة من محركات البحث مثل: Google, Yahoo ..."[3].

- " الخدمات الإعلامية الداعمة:

نعني بالخدمات الإعلامية الداعمة أو المرافقة التي تقدمها المواقع الإلكترونية ومن ذلك: حالة الطقس، أسعار العملات، مواعيد الرحلات، البريد الإلكتروني المجاني، دليل الهاتف، بطاقات التهنئة، محركات البحث... الخ، وتستخدم المواقع تلك الخدمات المرافقة لضمان قوة الموقع، وبالتالي ضمان استمرارية الزائرين، وتوفير كل ما يطلبه الزائر"[4].

- **" إنشاء وصلات إعلانية في الموقع، مما يكسبه بعض الأرباح المهمة في عملية التمويل، إذ عبر هذه المواقع وعن طريق الإعلانات، يمكن إتاحة الفرصة لتصفح الإنترنت والوصول إلى مواقع العديد من الشركات الصناعية والتجارية...، والتعرف على معلومات عن مختلف أنواع المنتجات المتاحة...، وهذا ما يدفع المستخدم إلى تصفح الموقع باستمرار.**

---

[1] – ربحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي: المرجع نفسه، ص (282).

[2]– ربحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي: المرجع نفسه، ص (278، 279).

[3]– عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي (عمان: دار الشروق، ط (1)، 2006م)، ص (252).

[4]– عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص (256).

- تحديث المعلومات:

من أهم العوامل التي تزيد من زوار الموقع مدى سرعة تحديث المعلومات والأخبار الموجودة في صفحاته، مما يعطي الموقع ميزة مضافة لمتابعة المستجدات والأحداث أولا بأول، وهي ميزة تدل على أن الموقع في حالة حركة، وأنه متصل بزواره على الدوام.

ففي دراسة Papachrissi & Rubin (2000) والتي تطرح تساؤلا مهما: ماذا يدفع متصفحي الإنترنت إلى الدخول إلى مواقع بعينها؟ ولماذا يعاودون زيارة تلك المواقع؟. وكشف المسح الذي أجري على 279 طالبا عن العامل المؤثر على التسلية والبحث عن المعلومات، وهو تحديث الأخبار والمعلومات، وهذا بغض النظر عن نوعية المعلومات المتبادلة " [1].

- " ويرى دليل Amretic " أن تجزئة الصفحات إلى كتل يزيد مقروئيتها، ويسهل إدارتها، ويقلل الزمن المطلوب لتحميلها، وتقسيم المعلومات إلى كتل لا يتطلب من القارئ تحريك الصفحة كثيرا".

يقول دليل Bell: " إن هناك أسبابا لتقسيم المعلومات إلى أجزاء، إن كان ذلك في المطبوعات الورقية، أو في مواقع الشبكة لتلبية قدرات المخ البشري في متابعة وتذكّر وتقسيم المعلومات إلى وحدات أصغر في الشبكة يسهّل إدارتها والتجوال فيها ".

ويسهّل تنظيم كتل المعلومات الصغيرة في وحدات متناغمة تشكيل قاعدة الوصلات بينها بتنظيم منسق، ويجب أن تكون هذه الكتل متوافقة مع الذوق السليم والتنظيم المنطقي " [2].

- " أن تكون للمعلومات علاقة بالمواضيع التي يبحث عنها الجمهور، وتجيب عن الاستفسارات بشكل واضح.

- أن يشعر المستخدم بالارتياح في اعتماد معلومات الموقع في بحث علمي.

- أن يصمّم الموقع على حسب مستوى الأشخاص الذين صمّم من أجلهم" [3]، " وذلك من خلال جمع المعلومات الكافية عن الزائرين وظروفهم للتعرف عليهم" [4].

- أن تتعدد لغات محتوى الموقع، ليصل إلى أكبر عدد ممكن من مستخدميه.

---

[1] 1- شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية؛ دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط (1)، 2005م)، ص(142).

[2] - عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص (239).

[3] - ربحي مصطفى عليان، حسن أحمد المومني: المكتبات والمعلومات والبحث العلمي، مرجع سابق، ص (318).

[4] - ربحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي: تسويق المعلومات، مرجع سابق، ص (282).

- البعد عن الخلافات المذهبية والسياسية لتحقيق أكبر قدر ممكن من العالمية والانتشار.

2- التصميم التقني للموقع:

- " أن يكون الموقع مرئي لدرجة كبيرة، بأن يسجّل في محركات بحث مشهورة، وفي فهرس المواقع.

- اختبار الموقع مرات عديدة للتأكد من جاهزيته وفاعليته.

- أن يتوفر للموقع دعم مؤسسي، وأن يكون له موازنة وفريق عمل متفرغ" [1].

- " محاولة تصفح المواقع الأخرى بين فينة وأخرى والتعرف إليها والتعلّم منها " [2]، وذلك لتطوير القدرات واكتساب المهارات.

- التفاعل مع زوار الموقع:

تعريف التفاعلية: هي " الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة وبرامجها ومحتواها، التي تسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال، والاختيار الحر من المحتوى والخدمات المتاحة على شبكة الإنترنت، بقدر حاجاته وتفضيله واهتمامه " [3].

" ومما يجعل المواقع تتمتع بشعبية كبيرة، التفاعل مع مستخدميها، حيث يتحمس المستخدمون لكتابة تعليقاتهم، وإبداء آرائهم في الموقع والمحتوى الذي يقدمه " [4]، وذلك من خلال الكثير من الأدوات التفاعلية: كالبريد الإلكتروني، منتديات الحوار، غرف الدردشة ... .

" ويفيد تصميم أدوات التفاعل والاتصال والاهتمام بالرجع والتغذية المرتدة أو العكسية من المتلقي في تجسيد مشاركة المتلقي في تقويم عمليات الاتصال والإعلام من جانب، وفي تقديم المعلومات عن خصائص هذا المتلقي، وحاجاته من الاتصال والإعلام، واهتمامه وتفضيله من جانب آخر، وحفظ هذه المعلومات في قواعد بيانات المستخدم أو المتلقي لدى المؤسسة أو الوسيلة الإعلامية، وهذا ما يفيد في التخطيط والتصميم والإعداد للبرامج والمواد والخدمات، وأشكال عرضها وتقديمها.

---

[1]- ربحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي: تسويق المعلومات، مرجع سابق، ص (279- 282).

[2]- ذياب عبد الكريم: "كيف تنجح في إدارة موقعك على الإنترنت"، مجلة الفرقان (ع (332)، 2005م س)، ص (44).

[3]- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت (القاهرة: عالم الكتب، ط (1)، 2007م)، ص (65).

[4]- شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية؛ دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سابق، ص (142).

وبصفة عامة نجد أن التفاعلية تعكس تفاعل المتلقي مع عناصر عملية الاتصال والإعلام وهي: البرنامج أو القناة، ثم القائم بالاتصال، بالإضافة إلى المحتوى، والمتلقين الآخرين لنفس البرنامج أو مستخدمي نفس القناة " [1].

- " استخدام الوسائط المتعددة:

الوسائط المتعددة هي عبارة عن إمكانية المزاوجة بين الصوت والصورة الثابتة والنص المكتوب، وهناك أيضا إمكانية استخدام الصور المتحركة، وتعد الوسائط المتعددة ميزة مهمة تتيحها الإنترنت " [2].

" ومن جهة أخرى فإنه عندما تكون الوسائط المتعددة كثيرة في الموقع، فإنها تتطلب وقتا لتحميلها، وهذا قد يتسبب في خروج بعض المستخدمين من الموقع " [3].

- " سهولة الإبحار داخل الموقع:

من أهم مميزات المواقع الناجحة سهولة الإبحار داخلها لكي لا يستغرق الزائر وقتا طويلا في استخدام الإنترنت، وحتى لا يسبب له الملل، ومدى سهولة الإبحار داخل الموقع مرتبط بصفحة الاستقبال بالدرجة الأولى، فهي كالفهرس تتضمن محتويات الموقع، لذلك يجب أن تكون صفحة الاستقبال شاملة لكل ما هو موجود في الموقع لكي يأخذ القارئ فكرة عنه، وينجذب للموضوع الذي يريد، وتستخدم بعض الأيونات للوصول إلى تلك الموضوعات " [4]، "ويجب استخدام الأيقونات كرموز تدل على ما خلفها من المضمون، مما يخلق ثقافة من الرموز المتعارف على معانيها التي يسهل تمييزها عن بعض، لذا يجب الحرص على أن تكون هذه الأيقونات مفهومة بمختلف اللغات" [5].

" وينبغي عدم الاكتفاء بالوصلات بين الأيقونات الموجودة في صفحة الاستقبال والموضوعات المرتبطة بها في الموقع، ولكن محاولة ربطها بمواقع أخرى تضيف للزائر تفاصيل

---

[1]- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص (67).

[2]- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي: مرجع سابق، ص (253).

[3]- شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية؛ دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سابق، ص (184).

[4]- عبد الأمير الفيصل: المرجع السابق، ص (250).

[5]- عبد الأمير الفيصل: المرجع نفسه، (148).

أعمق عن الموضوع الذي يبحث فيه " [1]**، " كما أن هذه الوصلات مع المواقع الأخرى لا تقود الزائر للخروج من الصفحات بسرعة "** [2]**.**

– " من الأفضل أن تتضمن صفحة الوب العنوان الرئيسي، وأرقام التلفون والفاكس.

– تصميم سرعة التحميل لكل صفحة بحيث تتناسب مع أبطأ كمبيوتر، إذ يكون وقت تحميل الصفحة أقل من 10 ثوان، ويمكن تقسيم محتويات الصفحة إلى أكثر من صفحة إذا كان ذلك ضروريا للتخلص من هذه المشكلة " [3]**.**

ونشير إلى أن سرعة تحميل الصفحات ترتبط بستة عوامل رئيسية هي:

*** " نوع الكاشف / المعدل Modem .**

*** نوع الخط الذي يرتبط بالإنترنت.**

*** عدد الخدمات اللازمة للوصول إلى الخادم Server الذي يقدم الموقع المطلوب فضلا عن حجم المستخدم الذي يقدم صفحات الموقع، وكلما ازداد عدد الزوار ازداد بطئ تحميل الموقع.**

*** غنى الموقع بالوسائط المتعددة وخاصة الصور والأصوات.**

*** تتزيل البرامج المساعدة بكثرة تبطئ من سرعة الحصول على المعلومات.**

*** فتح أكثر من موقع في اللحظة نفسها يبطئ من سرعة تتزيل الصفحات"** [4]**.**

– " مراقبة المرور إلى الموقع من خلال الإحصاءات المحصّل عليها، فهذه الإحصاءات تتيح التعرّف على ما إذا كانت الأمور تمضي جيدا، والتعرف على المشكلات التي تواجه المستخدمين وتوقفهم عن إكمال التفاعل " [5]**.**

– " الحرص على الابتكار والتميز وعدم تقليد الآخرين، وإنما تحقيق التكامل مع المواقع الأخرى"[6]**.**

---

[1]– عبد الأمير الفيصل: المرجع نفسه، ص (210).

[2]– ربحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي: تسويق المعلومات، مرجع سابق، ص (282).

[3]– شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية؛ دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سابق، ص (182– 184).

[4]– عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص (244).

[5]– شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية؛ دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سابق، ص (184).

[6]– ذياب عبد الكريم: "كيف تنجح في إدارة موقعك على الإنترنت"، مرجع سابق، ص (44).

– " ومن الأمور المهمة أيضا في هذا المجال الاهتمام بكيفية جعل مواقع الوب سهلة الوصول بالنسبة للأفراد المعاقين إعاقة سمعية أو بصرية، فـــ " قانون الأمريكيين ذوي الإعاقة " قد حرص على وصول هذه الفئات إلى مضمون مواقع الوب، إذ يقترح بعض المهتمين بتصميم المواقع: أن تكون ثمة منطقة وسطى بين مواقع الوب ذات التقنية العالية التي تستخدم برامج مثل: " جافا سكريبت " Javascript أو " فلاش " Flash ، وتلك المواقع التي ترتكز فقط على تقديم العناصر النصية البسيطة، ويرجع السبب في ذلك إلى أنه بالنسبة للمعاقين بصريا فإن استخدام برنامج " جافا سكريبت " قد يوقف عمل برامج أخرى يمكن أن تساعد المعاقين بصريا على تصفح الإنترنت، وعلى أية حال فإن هؤلاء الأفراد لا يريدون مواقع مملة تعتمد على العناصر النصية فقط لأنها لا تتيح لهم إعمال خيالهم" [1].

– إدارة الموقع من حيث صيانته من الاختراق وأمن بياناته وملفاته، وهناك شركات تسمى Webhosting service تقدم مثل هذه الخدمة، إضافة إلى أن هناك برمجيات تسمى Server softwareweb تقوم بالإشراف على كفاءة الموقع، من حيث سرعة تحميل الصفحة الرئيسية، وكذلك معرفة الروابط المنقطعة بين الصفحات وغير ذلك.

3- التصميم الفني للموقع:

:إن الحرص على التصميم الجذاب للموقع من أهم عوامل نجاحه وشهرته، لأن الشكل هو أول ما يجذب الزائر

– " يمكن للكاتب استخدام الألوان لخلق ترابط بين أجزاء النص باللون نفسه، كما تتاح له فرصة استخدام الرسوم الملونة للتعبير عن أفكاره " [2]، " مع الحرص على عدم المبالغة في الألوان والزخرفات الصارخة التي لا تخدم الهدف الرئيسي من الموقع، مع العلم أن هذه الزخرفات في بعض الأحيان تعتبر لمسات فنية مقصودة للتغطية على القيمة العلمية المتردية للمحتويات" [3].

– "يجب التركيز على عناصر الصفحة التي يمكن أن تساعد المستخدمين على أن يكونوا واعين بالمكان الذي ارتادوه من هيكل الموقع أو بنيته، وتتمثل هذه في: عناوين الصفحة، الإطارات، تقسيم الصفحة إلى مجموعات منطقية، أية مادة تساعد على فهم الصفحة وعلاقتها بالموقع ككل، كما أن استخدام شرائط الإبحار وخرائط الموقع والفهارس وقائمة المحتويات

---

[1]- شريف درويش اللبان، المرجع نفسه، ص (144).

[2]- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص (147).

[3]- ربحي مصطفى عليان، حسن أحمد المومني: المكتبات والمعلومات والبحث العلمي، مرجع سابق، ص (319).

ووسائل الإبحار الأخرى يؤدي إلى زيادة الفرصة أمام المستخدمين لكي يتمكنوا من الوصول للمعلومات التي يبحثون عنها، وثمة اقتراح محدد في الخطوط الإرشادية، بأن شرائط الإبحار تعمل بشكل أفضل عندما توضع في أعلى الصفحة وليس في أسفلها " [1].

– " إن الذين يبحثون عن معلومات في موقع ما، نادرا ما يقرؤون النص الموجود بالصفحة كلمة كلمة، وبدلا من ذلك فإنهم يميلون إلى مسح الصفحة ناظرين للعناصر التي سوف توجههم إلى المعلومات المناسبة...، وتتضمن هذه العناصر: قوائم يوضع فيها معلومات مركّزة، وكلمات مفتاحية مميزة في تصميمها داخل النص، وعناوين دالة، وكتل قصيرة من النص.

–من المهم لمصمم الصفحة الحد من استخدام الصور والأرضيات المعقدة والعناصر الجرافيكية الأخرى، كما يجب أن يقلل مصمم الصفحة الطول الإجمالية لها، بالنظر لمقدار المعلومات النصية المقدمة، ويقترح البعض بأن الصفحة يجب ألا تكون أكبر من 85 كيلو بايت لكي نحافظ على وقت التحميل بحيث يكون أقل من 30 ثانية باستخدام مودم سرعته 28.8 كيلو بايت.

– تجنب العناصر الوامضة والمتحركة:

إن العوامل التي تشتت انتباه المستخدم يجب التقليل منها، فالإعلانات الوامضة، والنص المتحرك والاستخدامات الأخرى للتحريك المشتتة للانتباه تميل إلىلى إبطاء حركة المستخدم في بحثه عن المعلومات، وقد أوضحت بعض الدراسات أن بعض المستخدمين كانوا مشتتي الانتباه من خلال العناصر الوامضة وحركة العناصر المتحركة لدرجة أنهم لم يكونوا قادرين على استكمال مهامهم" [2].

– "يجب تجنب الأرضيات أو الخلفيات المزدحمة والمشوشة، وربما تكون الخلفية البيضاء أو الزرقاء أكثر تفضيلا.

– استخدام الهوامش:

وهو ما يتم تجاهله أساسا من قبل معظم مصممي المعلومات على الشاشة، ولكنه يعدّ مهمّا للغاية عندما تحوي نوافذ عديدة معلومات نصية، ويمكن وضع بعضها فوق بعض على الشاشة،

---

[1] – شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية؛ دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سابق، ص (178).

[2] – شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية؛ دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سابق، ص (176– 177).

وفي هذه الحالة يستخدم الهامش كفاصل للمساعدة في عملية القراءة، وكوسيلة بنائية وتنظيمية للنص"[1].

– " استخدام الصور الفوتوغرافية لتدعيم المواضيع وتوضيح الأفكار، وهناك عوامل يعتمد عليها في اختيار هذا النوع من الصور منها:

* الحيوية: من خلال اختيار لقطات جيدة متحركة وغير تقليدية، لأن عكس ذلك يوحي بالملل للقارئ.

* الارتباط بالموضوع.

* التلقائية: أي التقاط صور فجائية.

وكذا يمكن استخدام الرسوم اليدوية لتعزيز المعلومات وجعلها أكثر جذبا للزائر" [2]، " لأن الصورة تساوي ألف كلمة " [3].

من خلال ما سبق نخلص إلى أن الموقع الناجح يرتبط بضرورة وجود فريق عمل يشرف على هذا الموقع يتخصص أفراده كل حسب مجاله بحيث يتحقق في النهاية التكامل والنجاح لهذا الموقع، فالموقع الإسلامي الناجح يتطلب وجود فريق شرعي وفريق فني وفريق إعلامي وفريق استشاري.

وتجدر الإشارة إلى أن ما سبق إيراده مجرد نقاط من عوامل نجاح المواقع الإلكترونية، وأن هذه العوامل كثيرة جدا يصعب علينا حصرها هنا، لذا اكتفينا بإيراد ما تيسر لنا وما نراه مهما في تقييم المواقع.

3- تحديات الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت:

توجد عوائق كثيرة أمام الخطاب الإسلامي عبر شبكة الإنترنت، هذه العوائق لها أثر بارز في الحد من فاعلية الدعوة الإسلامية وتجاوب الآخرين معها، سواء المسلمين أو غير المسلمين، ويمكن حصر هذه التحديات في قسمين: تحديات داخلية، وتحديات خارجية.

1- التحديات الداخلية للدعوة الإسلامية أو القصور الذاتي للدعوة الإسلامية عبر الإنترنت:

---

[1] – شريف درويش اللبان: المرجع نفسه، ص (175).

[2]– نور الدين أحمد النادي، رستم أبو رستم: الإخراج الصحفي، ص (66، 75).

2[3]– نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية: الاستراتيجية – الوظائف – المجالات (عمان: دار اليازوري العلمية، ط (1)، 2009م)،ص (362).

وتتمثل هذه التحديات في القصور الذي تتسم به الدعوة الإسلامية والقائمين عليها، ويعتبر القصور الذاتي المصدر الأعظم أهمية بالنسبة إلى مصادر معاناة الخطاب الإسلامي في محدودية فاعليته، وعدم إحرازه التأثير المنشود، وهذا القصور يتمثل في النقاط الآتية:

1- " الارتجال والعفوية بسبب غياب التخطيط، وعدم الأخذ بالأسلوب العلمي في إخضاع المواضيع والقضايا والمواقف المعروضة والحالات القائمة للدراسة المتخصصة " [1]، "والسطحية في تحديد الأهداف ووضع التصاميم وتقدير الأبعاد هي إحدى العلل التي ينبغي معالجتها " [2].

"والتنظيم من أقوى عوامل نجاح الحركات، فكم من حركات سياسية وحزبية نجحت بفضل التخطيط الواعي والتنظيم الدقيق، وأخرى فشلت بسبب الفوضى والارتجال، وطبيعة الإسلام نفسها تأبى أي شكل من أشكال الفوضى وأي نوع من أنواع الارتجال...، وليس في الدنيا منهج عني بتنظيم دقائق الحياة الإنسانية حتى اليومية والخاصة منها عناية الإسلام" [3].

" فلا شك أن من يكلّف بعمل محدد في وقت محدد وتوفر له الإمكانيات اللازمة يدفعه ذلك إلى الحرص على تنفيذه على الوجه الأكمل وفي الوقت المطلوب، بخلاف ما يكون التكليف دون تحديد لمقدار أو نوع العمل، ودون تحديد لوقت إنجازه، ودون اهتمام بتوفير الإمكانيات اللازمة، لا شك أن ذلك يثبط الهمم ويعرض الوقت إلى الضياع، والطاقات إلى التعطيل، ولا تنجز الأعمال كاملة أو على الوجه الصحيح" [4].

2- " الاعتماد على القدرات الذاتية وعلى المبادرات الفردية في غالب الأحيان، والنأي عن التعاون والتكامل وتنسيق الجهود وتضافرها، والعزوف عن المواجهة الجماعية المتراصة والمتضامنة والمترابطة لما يستجد من ظروف وتطرأ من متغيرات تقتضي التعامل معها أو التصدي لها أو الرد عليها " [5].

---

1 - **عبد العزيز بن عثمان التويجري: العالم الإسلامي في عصر العولمة (دار الشروق، ط (1)، 2004م)، ص (164).**

2 - فتحي يكن: مشكلات الدعوة والداعية (بيروت: مؤسسة الرسالة، ط (16)، 1417هـ – 1996م)، ص (12).

3 - فتحي يكن: المرجع نفسه، ص (75).

4 - مصطفى مشهور: من فقه الدعوة (دار التوزيع والنشر الإسلامية، ط (1)، 1415هـ – 1995م)، ج 1، ص (205).

5 - عبد العزيز بن عثمان التويجري: المرجع نفسه، ص (164).

3- " ضيق الأفق ومحدودية الرؤية والتركيز على اللحظة الحالية وحصر الاهتمام بها، من دون التطلع إلى المستقبل والعمل على المديين المتوسط والبعيد، وهو ما يتجلى في تحرك الكثير من أنماط الخطاب الإسلامي داخل دائرة رد الفعل، وعدم اتخاذ المبادرة إلا في حالات نادرة " [1].

4- " انعكاس الاختلافات المذهبية والفكرية والثقافية والصراعات السياسية المحلية، والإقليمية، والدولية على الخطاب الإسلامي في مجمله، مما يجعله خطابا مشتتا، متعارضا، متعدد الرؤى، مفتقدا للترابط والانسجام " [2].

2- التحديات الخارجية للدعوة الإسلامية عبر الإنترنت:

نخصص الحديث هنا عن الحرب الإلكترونية ضد الإسلام، حيث قامت هذه الحرب لتشويه الإسلام وعزل أثره في النفوس والأفكار، وهي حرب يقوم بها ويوجهها سياسيون ومفكرون وإعلاميون من مختلف الجهات المعادية للإسلام وأهله، وقد استغلت كل وسيلة لتحقيق هذه الأهداف بما فيها الإنترنت.

" ولو أردنا الاطلاع على أنواع المناهضين للخطاب الإسلامي، لوجدناهم شيعا ينتسبون إلى العديد من الفئات والأنواع من مختلف درجات المجتمعات، ويعودون إلى عائلات فكرية وعقدية كثيرة ، فمنهم:

- المناهضون للخطاب الإسلامي من أتباع الأديان الأخرى.

- المناهضون له من أصحاب الاتجاهات الفكرية اللائيكية (العلمانية).

- المناهضون له من رجال السياسة من الدول العظمى الغربية.

- المناهضون له من وسائل الإعلام المقروءة، والمسموعة، والمرئية.

ولعل هذا النوع الأخير؛ أي الإعلاميون المناهضون، يعتبر من أخطر العناصر الصانعة للمشكلات التي تواجه الخطاب الإسلامي، ولعل بعضهم يخدم سياسة عالمية معينة تكلفه بهذه المهمة " [3].

وتتمثل هذه المكائد عبر الإنترنت في الآتي:

---

[1] - عبد العزيز بن عثمان التويجري: العالم الإسلامي في عصر العولمة، مرجع سابق، ص (164، 165).

[2]- عبد العزيز بن عثمان التويجري: المرجع نفسه، ص (165).

[3]- محمد الحبيب الهيلة: جوانب من مشكلات الخطاب الإسلامي؛ من بحوث مؤتمر مكة المكرمة الثامن 1428هـــ ،(مجلة الرابطة،ع (501)، صفر 1429هـــ - فيفري 2008م)، ص (54).

1- " وصف الإسلام وأهله والخطاب الإسلامي بأقبح الأوصاف والنعوت، بهدف إبعاد الناس عن الإسلام، وتشكيك المسلمين في دينهم.

إذ كثيرا ما تجدهم يحمّلون الخطاب الإسلامي مسؤولية الإرهاب والعنف، ويعتبرونه ناشرا للرجعية، فقد حرص هذا النوع من الإعلاميين أن يرسموا صورة قاتمة، مشوهة للإسلام في أذهان الغربيين والمشارقة، وأصبح الخطاب الإعلامي عندهم وخطاب الدارسين والباحثين المناهضين يستعمل ألفاظا ومفردات تنفر الناس مماله أية علاقة بالإسلام، وسلكوا مسلك التكرار فيها والإعادة حتى أصبحت كلمة " الأصولية " أو " الخطاب الأصولي " يثير عند الرأي العام الغربي الغضب والخوف والرغبة في الانتقام...، يضاف إلى ذلك لفظ " الإسلام الراديكالي " الذي يرتبط في الذهن الغربي ارتباطا وثيقا بالإرهاب والتزمت ورفض التطور.

وتضخّم معجم الألفاظ والصفات التي أطلقوها على الخطاب الإسلامي والقائمين به، ووصف غاياته ونتائجه في لغة تستعمل ألفاظ السباب والتشويه والكذب الصراح " [1].

2- امتدت الأيدي المسيئة للإسلام إلى تحريف القرآن -الكريم-، والإساءة إلى النبي- صلى الله عليه وسلم-، ومن أمثلة تحريفه: أن أحد المواقع البريطانية عمل على تسويق كتاب " الفرقان الحق " ويحتوي على تحريف واضح لآيات القرآن- الكريم -، إلى جانب آيات من الإنجيل والتوراة باللغتين العربية والإنجليزية، ليسبب خلطا في الكثير من مجالات العقيدة بالنسبة للمسلمين.

" ونقلت وكالة الأنباء الإسلامية عن رابطة المسلمين البريطانيين تأكيدها أن هذا الكتاب المشبوه يأتي في إطار المحاولات المستمرة لتشويه الدين الإسلامي، وطالبت الجالية جميع أعضائها بإرسال آلاف الرسائل إلى الموقع لمطالبة المسؤولين عنه بحجب الكتاب عن التداول" [2].

" وقد نجحت المنظمات والجمعيات الإسلامية العاملة على الساحة في الولايات المتحدة بعد حركة احتجاج واسعة في إقناع شركة " أمريكا أون لاين " " AOL " بإغلاق موقعين على شبكة الإنترنت لما يتضمنانه من إساءة بالغة للإسلام ولنبينا محمد – صلى الله عليه وسلم

---

[1]- محمد الحبيب الهيلة، المرجع نفسه، ص (54، 55).

[2]- لندن-نسيج: مسلمو بريطانيا يتصدون لحملة تزوير القرآن عبر الإنترنت، جريدة العالم الإسلامي (ع (1995)،7 شعبان 1428هـ- 20 أوت 2007م)، ص (7)، (بتصرف).

-، واحتواء أحد المواقع على أربع سور مزيفة من القرآن – الكريم -، وهذه السور تحمل أسماء: " الإيمان " ،" المسلمون " " التجسد "،" الوصايا "مكتوبة بلغة عربية مبتذلة وركيكة.

وأعلنت الشركة إلغاء الموقعين من على الشبكة دون أن تقدم اعتذارا للمسلمين عن هذه الإساءة البالغة، أو حتى تعلن عن المجرم الذي ارتكب هذه الإساءة " [1].

وإذا كانت بعض المواقع تتراجع – نتيجة لضغوطات مختلفة – عن بعض التحريفات والإساءات، فإن هناك عدد لا حصر له من المواقع التي تنشر الأكاذيب والافتراءات على الإسلام، والتي تمتهن عقيدة المسلمين، وتحتقر ما يؤمن به أكثر من مليار ومائتي مليون مسلم في العالم، إضافة إلى سهولة نسخ المواقع التي تم إلغاؤها ووضعها في مواقع أخرى لسهولة النسخ من على شبكة الإنترنت.

3- محاربة الإسلام من خلال استغلال الإنترنت في نشر المواقع الإباحية، لنشر الفساد والانحلال ومحاربة الفضيلة، وعدد المواقع الإباحية وكذا مواقع الكفر والإلحاد والأفكار الضالة يفوق بكثير عدد المواقع الإسلامية، كما أنها تفوقها من حيث الكفاءة وجودة التصميم، وتنوع أساليب الجذب والتشويق.

4- التنصير عبر الإنترنت، فالكثير من المنصّرين ينشرون - عبر المواقع التنصيرية - معتقداتهم وأفكارهم بين المسلمين وغيرهم.

لأجل هذا على المسلمين التفكير بجدية في مواجهة أعدائهم، بتبليغ صورة الإسلام الصحيحة للغرب والحد من ظاهرة العداء لدين الله من طرف الغربيين وخاصة المتطرفين والمتعصبين، وذلك يتطلب التعاون وتضافر الجهود فيما بين الجمعيات، والحركات، والدول، والشعوب الإسلامية للقيام بهذا الواجب العظيم، وأن يبادروا إلى إنشاء مواقع إسلامية شاملة، جيدة التصميم، محكمة المحتوى، بدل بقائهم حبيسي ردود الأفعال.

3- سبل مواجهة تحديات الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت:

نورد هنا بعض الاقتراحات لمواجهة أو للتخفيف من عوائق الدعوة الإسلامية عبر شبكة الإنترنت كالآتي:

[1]- لطفي عبد اللّطيف: المسلمون في مواجهة الإنترنت (مجلة المستقبل الإسلامي، ع (84)، ربيع الثاني 1419هـ- أوت 1998م)، ص (10، 11)، (بتصرف).

1- الإكثار من المواقع التي تقدم الإسلام الصحيح عقيدة وفقها وحركة، لأنه كلما زاد عدد " المواقع الإسلامية على الشبكة زادت الهيمنة والسيطرة على المواقع الأخرى "[1].

2- " تسويق المواقع الجديدة والدعاية لها من خلال إدخالها في محركات البحث – وهو أسلوب معروف لدى أصحاب المواقع الإلكترونية–، ويكون ذلك مقابل مبالغ زهيدة تدفع مرة واحدة فقط، وكلما كان اسم الموقع وعنوانه ومحتواه مدخل في محركات البحث أكثر، كلما زاد عدد الزائرين لهذا الموقع" [2].

3- دعم المواقع الإسلامية ومساندها وذلك عن طريق:

- الاشتراك فيها.
- دعمها ماليا إذا احتاجت لذلك.
- دعمها معنويا بتعريف الناس بها.
- كثرة زيارها والتردد عليها.
- إبداء الملاحظات وتقديم المقترحات لها.
- الإعلان عنها عن طريق:
- المواقع التجارية مقابل مبلغ زهيد من المال.
- إضافتها إلى محركات البحث الشهيرة عربية أو أجنبية.
- الكتابة عنها في وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة.
- التعريف بها في المنتديات وساحات النقاش.

4- الوقوف في وجه المواقع غير الإسلامية التي تبث ما يخالف الإسلام عقيدة أو منهجا أو سلوكا، والإنكار على هذه المواقع بطرق أهمها:

أ- حجب تلك المواقع عن أبناء المسلمين حفاظا على دينهم وأخلاقهم، وذلك باستخدام برمجيات الجدران النارية Fire Wall، أو غيرها من البرمجيات التي تحد من الوصول إلى صفحات معينة من الإنترنت، وهذه مسؤوليات كل شركات تزويد خدمة الإنترنت ISP في أي بلد، وكذلك من واجبات الأب في المترل، ومدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية بالرياض

---

[1]- سميرة رابح بوعيشة: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت؛ مقارنة بين منهجي الشبكة السلفية وشبكة إسلام على الخط في الدعوة، مذكرة ليسانس، قسم الدعوة والإعلام، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة–، 2002-2003م، ص (75، 76).

[2]- سميرة رابح بوعيشة: المرجع نفسه، ص (76).

- على سبيل المثال- تقوم بجهد مشكور في مجال التصفية، ولكن الأمر يتطلب المناصرة والمساندة، لاسيما أن المواقع المنحرفة والإباحية في ازدياد يوميا.

ب- نشر الوعي بين الهواة المخترقين، أو من لهم إلمام ببرمجة الإنترنت أن يستخدموا ما وهبهم الله من ذكاء وفطنة في خدمة الدين ونشر الخير لا العكس.

هذا ما تيسر إيراده من الحلول التي ترقى – فيما نحسب- بمكانة الدعوة الإسلامية في الإنترنت، وعبر المواقع الإسلامية خصوصا.

ما فتئ أعداء الإسلام يعملون من أجل عقائدهم وأفكارهم وهم بالتالي لم يتوقفوا عن حربهم للإسلام فهو الخطر الأكبر في نظرهم، فقد أسّس كثير من أهل الأديان والفرق مواقع لهم على الإنترنت يبثون فيها سمومهم ويوجهون جلّها لحرب الإسلام وتشويه صورته عند المسلمين وغيرهم وفيما يأتي أنواع هذه المواقع باختصار:

- مواقع تناقش الإسلام بأسلوب علمي:

" حيث يتخذ الموقع أسلوب الحوار المنطقي، وفي هذه الحالة عادة ما يكون القائمون على الموقع قد قاموا بدراسة للشريعة والقرآن الكريم والتي تكون في معظم الأحيان دراسة سطحية تهدف في الأساس إلى إيجاد الثغرات، وهذا النوع من المواقع هو أهم المواقع المعادية للإسلام وأقواها في التأثير على من ليس لديه العلم الكافي بالدين الإسلامي واللغة العربية فيكون بذلك صيدا سهلا لمثل هذه المواقع، وهنا تظهر الحاجة الماسة إلى دور العلماء المسلمين في الرد على الحجج والبراهين التي تتضمنها هذه المواقع، وبخاصة أنها عادة ما تكون متعلقة بأصول الشريعة التي يقوم عليها الإسلام، وأكثر من يتبنى هذا الأسلوب على الإنترنت هم النصارى، حيث أنهم اهتموا بإنشاء مواقع تناقش دين الإسلام بصورة تحليلية وقد كرسوا لذلك جهودا جبارة بدءا من العناية بدراسة الدين الإسلامي والقرآن الكريم، ثم محاولة سد الثغرات وإيجاد الأجوبة المناسبة للنقاط التي عادة ما تؤخذ ضد النصرانية، ثم إيجاد المراجع والكتب الملائمة التي يتم إدراجها في مواقعهم، ثم بالطبع لم يغفلوا أهمية إخراج صفحاتهم الإلكترونية بشكل جذاب وأسلوب منمّق، من أمثلة هذه المواقع: موقع "ردود على الإسلام"، موقع "صورة من مثله"... الخ "[1].

- مواقع حاقدة وذات نبرة تحريضية:

" في هذه المواقع تكون نبرة الكراهية والحقد على الإسلام والمسلمين شديدة الوضوح والحدة ونجد أصحابها يصوّبون الاتهامات للإسلام من كل جهة، وعادة ما يحشدونها بموضوعات كثيرة متفرقة لا يربطها سوى فكرة واحدة هي الطعن في الإسلام وتشويه صورته، الأمر الذي قد يصل في بعض المواقع والصفحات إلى حد السب والإساءة للمسلمين ولكتاب الله تعالى

---

[1]- تركي بن أحمد العصيمي: كيف نخدم الإسلام من خلال الإنترنت (الرياض: دار المعارج للنشر والتوزيع، ط (1)، 1421هـ)، ص (31).

ولرسوله – صلى الله عليه وسلم –، من أمثلة هذه المواقع موقع " الإسلام مفضوح على مستوى العالم" [1].

– مواقع تتسمى باسم الإسلام:

" وهو نوع آخر من الحرب ضد الإسلام يتسم باللؤم والالتواء حيث يقوم البعض بإنشاء مواقع تحمل أسماء إسلامية وتتخذ نفس الشكل العام الذي تتخذه المواقع والصفحات الإسلامية لجذب الباحثين عن معلومات في الشريعة الإسلامية أو الراغبين في التعرف على الإسلام، ويقوم أصحاب تلك المواقع بدس معلومات خاطئة عن الإسلام.

ويكفي أن نعلم أن المواقع الأولى على الإنترنت التي تتكلم باسم الإسلام سبقت إليها الفئات المنحرفة أو الضالة مثل: الأحمدية (القاديانية) والبهائية و الصوفية المنحرفة وغيرها من الفئات، حيث قامت هذه الفئات بتسجيل كثير من الأسماء المرتبطة بالإسلام مثل: الإسلام، إسلام، الإسلام الحق، الله، القرآن ...الخ، وفي فترة مضت كانت أكثر المواقع التي تتحدث عن الإسلام (أي أكثر من النصف) تحت إدارة الأحمدية، من أمثلة هذه المواقع موقع منكري السنة أو أتباع د. رشاد خليفة ولهم عدة مواقع أحدها يطلق عليه اسم "**submission**" وهي الترجمة الإنجليزية الحرفية لكلمة "إسلام"، أصحاب هذا الموقع ينكرون السنة والأحاديث النبوية بأكملها ويدّعون أن القرآن وحده هو المرجع الوحيد للشريعة الإسلامية" [2].

– مواقع لبعض الفرق المبتدعة:

" قامت بعض الفرق والمذاهب من غير أهل السنة والجماعة بعمل مواقع لها تشرح فيها عقائدها وتدعوا إلى مذهبها مع ما فيه من بدع وخروج عن السنة، وطبعا فهي تتسمى باسم الإسلام وتحاول أن توهم المتابع لموقعهم بأن هذا هو الإسلام الصحيح، من أمثلة هذه المواقع المواقع التي تخص الشيعة، وقد يجد المسلم لبسا حين يزور هذه المواقع خصوصا أنها باللغة العربية وتستخدم أسماء وكتبا وأقساما إسلامية، ولكنه سيتعرف على الموقع إذا تمّعن فيه قليلا.

– مواقع تهكم وسخرية:

كثرت في الآونة الأخيرة الحوادث التي يقصد بها الاستهزاء والسخرية من الإسلام والمسلمين، فقد تكررت مثلا حوادث طباعة آيات القرآن الكريم على الملابس الداخلية أو

---

[1]- تركي بن أحمد العصيمي: كيف نخدم الإسلام من خلال الإنترنت، مرجع سابق، ص (36، 37).

[2] – تركي بن أحمد العصيمي: كيف نخدم الإسلام من خلال الإنترنت، مرجع سابق، ص (40، 41، 46).

كتابتها في دورات المياه أو كتابة لفظ الجلالة على الأحذية، وتقوم بعض المواقع بين فترة وأخرى بالتعريض بالإسلام وتعاليمه ووصفه بشكل أو رسم أو كتابة فيها إيماء بالاستهزاء والسخرية " [1].

وبين هذه المواقع تظهر المواقع الإسلامية لتعرّف الناس بالإسلام وتردّ عنه أراجيف الأعداء، وفيما يأتي نعرض إلى نشأة المواقع الإسلامية، أصنافها، نماذج عنها، وأخيرا بعض الملاحظات المسجلة حولها:

-1 نشأة المواقع الإسلامية:

" نؤرخ لظهور المواقع التي تتحدث عن الإسلام في نقاط مختصرة:

– أول المواقع الإسلامية هو موقع لطيف: "www. Latif. Com" والذي بدأ في عام 1993.

– نشأ موقع مدينة الإسلام " Islam city" في أواخر عام 1995م، وهو من أقدم المواقع الجيدة.

– بدأت المواقع الإسلامية الجيدة تأخذ مكانها على شبكة الإنترنت بحلول عامي 1996 و 1997م، وكانت في الغالب جيدة المضمون ولكنها تفتقر إلى الكثير من الإمكانيات، وقد نشأ أغلب هذه المواقع في الغرب ومن قبل الطلاب والمتعلمين لذلك فقد كانت أغلب الجهود جهود فردية تفتقر إلى الاحتراف والتخصص ولكنها كانت جهود مشكورة غطت الكثير من النقص الموجود وأثمرت العديد من الثمار الجيدة.

– بدأت في عام 1998م المؤسسات والمراكز والجهات الإسلامية بالتواجد الرسمي على الإنترنت وقد كان قبل ذلك محدودا، وصاحب ذلك قيام عدد من المواقع الإسلامية الاحترافية المتميزة وإن كانت ولازالت قليلة مقارنة بغيرها من المواقع" [2].

" ففي أواخر عام 1996م أعلنت المنظمة الإسلامية للتربية والثقافة والعلوم (أيسيسكو) والتي تتخذ من تونس مقرا لها عن إقرار مشروع متطور يتم بموجبه بث تعاليم الدين الإسلامي والقرآن – الكريم– بالإنترنت.

---

[1] – تركي بن أحمد العصيمي: المرجع نفسه، ص (51، 52، 55)).

[2] – تركي بن أحمد العصيمي: كيف نخدم الإسلام من خلال الإنترنت، مرجع سابق، ص (58 – 60).

وبالفعل ظهرت مؤخرا مواقع بالإنترنت تشتمل على: القرآن –الكريم–، والحديث النبوي الشريف، والدليل الإسلامي، والمعجم المفهرس، وألفاظ القرآن –الكريم– ...، كما توجد مواقع أخرى بالإنترنت أسّست لغرض خدمة الإسلام والمسلمين، وتعكس الصورة الحقيقية للمسلمين وأفكارهم، وتتسم بالمصداقية والرد على كل من يحاول الإساءة إلى الدين الإسلامي وتشويه معاني القرآن –الكريم– " [1].

" وتوالت بعد هذا القرار العديد من المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت باسم هيئات إسلامية؛ وطنية ودولية، وبمبادرات من مشائخ، ووسائل إعلامية إسلامية، وقد كان موقع شركة صخر للمعلوماتية من المواقع الرائدة في مجال الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر في بدايتها، إذ تقدم شركة صخر من بين ما تقدمه في موقعها " [2] **" عدة برامج دينية وهي برامج حيوية بدون شك بالنظر إلى موقع الإسلام الحرج في الظروف الراهنة، حيث تعمل الدعاية المعادية على ربطه بالإرهاب"** [3].

2- تصنيف المواقع الإسلامية:

تتنوّع المواقع الإسلامية تنوّعا كبيرا، يصعب مع هذا التنوّع تقسيمها إلى أصناف محددة خاصة مع زيادة عددها يوما بعد يوم، وتحسين تصاميمها وإثراء محتوياتها، وأهم المقاييس التي تصنّف على أساسها المواقع الإسلامية تصنيفها على أساس محتوياتها.

وفيما يأتي أهم أصناف المواقع الإسلامية:

1- المواقع الشاملة أو البوابات:

وهي مواقع تشمل عدة مجالات: الأسرة والمجتمع، الأخبار، السياسة، الاقتصاد، الرياضة...الخ.

أمثلة عن هذه المواقع:

1- الشبكة الإسلامية أو إسلام ويب www. Islam web. net

[1]- عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط (1)، 2003م)، ص (128).

[2]- محمد الطيب زاوي: الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر؛ مع دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقعا إسلاميا على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003م- 2004م، ص (241).

3- محمد لعقاب: الإنترنت وعصر ثورة المعلومات، ص (75، 76)، نقلا عن: محمد الطيب زاوي: المرجع نفسه، ص (242).

موقع إسلامي دعوي، ينتهج منهج أهل السنة والجماعة في المعتقد والعمل، ويقوم عليه نخبة من حملة الشهادات الشرعية واللغوية والفنية، كما يكتب فيه عدد من الأسماء البارزة، والموقع بتمويل من الهيئة القطرية للأوقاف.

2- الإسلام www. Al- islam. Com

موقع تابع لوزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد بالمملكة العربية السعودية، يشرف عليه الشيخ صالح بن عبد العزيز آل الشيخ، يحتوي على أكثر من نصف مليون صفحة من علوم الشريعة والمعارف الإسلامية، وأكثر من أربعين ألف فتوى معاصرة في شتى الموضوعات الإسلامية، ومكتبة صوتية تضم أكثر من خمسة آلاف ساعة من المحاضرات والدروس والخطب والندوات العلمية والدعوية لنخبة من كبار العلماء والدعاة والمفكرين، وهو موقع متعدد اللغات.

3- إسلام أون لاين www. Islam on line. net

4- شبكة نور الإسلام www.islam light. net

المشرف العام الشيخ د. محمد بن عبد الله الهبدان.

5- الإسلام اليوم www. Islam to day. net

6- إسلام تايم www. Islam time. net

المشرف العام: علي الحمادي (موقع إماراتي).

7- شبكة الإسلام www. Elislam. net

8- لواء الشريعة www. Shareah. com

9- دار الإسلام www. Islam house. Com

10- الشبكة السلفية www. Salafi. net

11- طريق الدعوة www. Tttt4. com

12- هدي الإسلام www . hadielislam. com

13- نسيج الإسلامية Islamic. Naseej. com

14- نوافذ الدعوة www. Dawah win. com

15- هاجس للشبكة الإسلامية www. Hajs. net

16- شبكة تثبيت الإسلامية www. Tthbet. com

17- شبكة الأسد. نت www. Alasad. net

18- منار الجزائر www. Manar eldjazair. Com

أسّسه مجموعة من أئمة القطر الجزائري ودعاته وطلاب العلم الشرعي به، وهو بناء دعوي يهدف لأن يكون منبرا إعلاميا ثريّا، المشرف العام على الموقع الشيخ: يحي بدر الدين صاري.

19- الإسلام سؤال وجواب www. Islam- qa. com

موقع دعوي علمي تربوي، يهدف إلى تقديم الفتاوى والإجابات العلمية المؤصلة بشكل واف وميسر – قدر الاستطاعة – عن الأسئلة المتعلقة بالإسلام سواء كان السائل مسلما أو غير مسلم، ويقوم بالإشراف على هذه الإجابات الشيخ: محمد صالح المنجد (محاضر وكاتب إسلامي).

20- شبكة سلسبيل الإسلامية www. Khayma. com

المشرف: " منذر محمد علي أبو رميلة "، (فلسطين).

21- صيد الفوائد www. Saaid. net

موقع إسلامي منوع

22- طريق الحقيقة www. Fact way. net

موقع إسلامي دعوي، ينتهج منهج أهل السنة والجماعة، يدعو إلى دين الإسلام، ويقوم عليه فريق من الرجال والنساء الذين حملوا على عواتقهم مسؤولية الدعوة إلى دين الله، كما أنه يشارك فيه عدد من العلماء والدعاة من شتى أنحاء العالم وبعض الكتاب البارزين.

23- بوابة الإسلام www. Islamdor. com

24- إسلاميات www. Islamiyyat. com

25- طريق الإسلام www. Islam way. com

26- عالم الإسلام www. Islam world. net

موقع يقدم مقالات إسلامية متعددة اللغات، وترجمة للقرآن – الكريم – بعدة لغات، إضافة إلى عدة خدمات.

27- راية الإصلاح www. Rayat alislah. com

المشرف العام على الموقع: د. رضا بوشامة (الجزائر).

2- المواقع المتخصصة:

تتخصص في مجال معين مثل:

* مواقع علوم الدين الإسلامي:

-مواقع القرآن –الكريم- مثل: موقع القرآن –الكريم-، الإعجاز العددي والعلمي في القرآن –الكريم-... الخ.

-مواقع العقيدة مثل: شبكة الحقيقة الإسلامية، علوم ومعارف الإسلام، العقيدة والحياة...الخ.

-مواقع الحديث النبوي الشريف مثل: جامع الحديث النبوي، شبكة السنة النبوية وعلومها، موقع صناعة الحديث...الخ.

-مواقع الفقه وأصوله مثل: الفقه الإسلامي... .

-مواقع جماعات ومذاهب مثل: الشبكة الإخوانية، موقع التصوف الإسلامي...الخ.

* مواقع المرأة المسلمة والأسرة:

أمثلة: عالم حواء، للنساء فقط، الشبكة النسائية العالمية، الفتاوى الجامعة للمرأة المسلمة، واحة المرأة، أسرة نت...الخ.

* مواقع للشباب:

تهتم بشؤون ومشاكل الشباب، أمثلة عن هذه المواقع:

شبكة شباب، الطريق إلى الله...الخ.

* مواقع طبية:

مثل: الطب الإسلامي، شبكة الشفاء الإسلامية، مو ع الدكتور حسان شمسي باشـــــا (موقع طبي)، أسنانك، أعشاب أون لاين...الخ.

* مواقع سياسية إسلامية:

مثل:

*** مواقع الأحزاب والمنظمات السياسية.**

*** مواقع قضايا سياسية ساخنة مثل القضية الفلسطينية: فلسطين في الذاكرة، موقع فلسطينيو 48.**

* مواقع اقتصادية إسلامية:

أمثلة:

*** الموقع العالمي للاقتصاد الإسلامي (http// isegs. Com:) بدولة الكويت، وهو موقع اقتصادي يهتم بجميع شؤون الاقتصاد والبنوك الإسلامية على مستوى عالمي، فيقدم الأخبار الاقتصادية الجديدة، كما يحتوي العديد من الأقسام الفرعية: مجلة اقتصادية، منتديات، دراسات ورسائل علمية، أعلام وشخصيات، لقاءات واستضافات، البنوك والمؤسسات الإسلامية...الخ.**

*** موقع أكسل أرابيا: منصة الإقراض على الإنترنت للشرق الأوسط.**

موقع اقتصادي باللغة الإنجليزية يهدف إلى تمكين الباحثين عن الرّهون العقارية والقروض إلى مقارنة مختلف الخيارات المتوفرة، ولاختيار أفضل المنتجات التي تناسب احتياجاتهم الفردية، والتأهل المسبق للحصول على القرض وطلبه مباشرة من البوابة.

* مواقع إخبارية إسلامية:

أمثلة: موقع " أمل الأمة": موقع الإخوان المسلمين بالإسكندرية (Aml alommah. Net).

موقع إسلامي إخباري يتحدث عن أخبار العالم الإسلامي ويتناول قضايا الأمة الإسلامية، كما يحتوي على محاور مثل: دعاة، الأسرة، صوتيات ومرئيات، ثقافة وفن...الخ.

– مأساتنا والحل: عودة– دعوة (www. Awda- dawa. Com)، يشرف على الموقع د. مهدي قاضي، يهتم بمآسي المسلمين في أنحاء العالم، يحتوي على: الأخبار، تقارير وتحليلات، حوارات ولقاءات، مقالات وآراء، الإسلام والحياة...الخ.

– مفكّرة الإسلام (islam memo. Cc)، موقع إسلامي يحتوي على الأخبار العالمية: الوطن العربي، آسيا، أوربا، الأمريكتان، أوستراليا، إفريقيا، الملف الصحي...الخ.

– نسيج الإخبارية (news. Naseej. Com)، يحتوي على أخبار: محلية، عربية، عالمية، ومختلف الأخبار في كل المجالات، إضافة إلى بعض الأركان مثل: نسيج الإسلامية، الأسرة، نسيج الرياضية،، نسيج الاقتصادية...الخ.

* مواقع الأناشيد الإسلامية:

– موقع إنشاد (www. Enshad. Net).

– عوّام للأناشيد الإسلامية (www. 3wam. Com)، يحتوي على باقة متنوّعة من الأناشيد للاستماع والتحميل.

– شبكة أناشيد (www. Anashed. Net).

– الدّرر الإنشادية (www. Inshad. Com).

وغيرها كثير و تهدف مواقع الأناشيد الإسلامية إلى إيجاد البديل الإسلامي المناسب، والتواصل مع كل جديد.

* مواقع العلماء والمشائخ والدعاة:

وهي مواقع خاصة بالعلماء والمشائخ والدعاة، تعرض سيرهم الذاتية، وإنتاجهم الفكري والعلمي.

أمثلة عن هذه المواقع:

– موقع الشيخ محمد بن صالح العثيمين (www. Ibn othaimeen. Com)، تشرف على الموقع مؤسسة الشيخ محمد بن صالح العثيمين الخيرية، يحتوي هذا الموقع على الأركان الآتية: مكتبة الفتاوى، المكتبة الصّوتية، المكتبة المقروءة، دروس الحرمين، مكتبة الخطب، المكتبة المرئية، عن الشيخ، اكتب لنا...الخ.

– موقع الدكتور طارق السويدان (www. Suwaidan. Com)، يعرض الموقع محتواه باللّغات: عربية، إنجليزية، أوردو، يحتوي على عدة أركان أهمها: السيرة الذاتية للمشرف، برامج تلفزيونية، جدول المواعيد، ألبوم الصّور، الدروع التكريمية، خواطر السويدان، المكتبة الإلكترونية، الأخبار...الخ.

– موقع الداعية عمر عبد الكافي (www. Abd elkafy. Net).

– موقع الشيخ عائض القرني (www. Alislam net. Com)، المشرف العام على الموقع الشيخ: عائض بن عبد الله القرني، يحتوي على عدة أركان تحتوي بدورها على شتّى المواضيع كلّها من إنتاج المشرف على الموقع.

– موقع الدكتور زغلول النجار (www. Elnaggar zr. Com)، يشرف عليه الدكتور: زغلول راغب محمد النجار أستاذ علوم الأرض، يعرض الموقع الإنتاج الفكري للعالم

الجليل من خلال تناول إسهاماته في مجال الإعجاز في القرآن – الكريم– والسنّة النّبوية المطهرة، وكذا كتاباته في القضايا الفكرية والسياسية التي تشغل بال المجتمع العربي و الإسلامي والدولي، يقدّم الموقع محتوياته بخمس لغات: العربية، الإنجليزية، الفرنسية، الإسبانية، الصينية.

– موقع الشيخ أبي سعيد بلعيد بن أحمد الجزائري (المسيلة) (www. Abu said. Net).

وهذه المواقع كثيرة نكتفي فقط بالأمثلة السالفة الذكر.

* مواقع وسائل الإعلام المختلفة:

كالدّوريات الإسلامية، والمحطات الإذاعية والتلفزيونية، ومن أمثلتها:

– مواقع المجلات والجرائد مثل:

– مجلة البيان: www. Albayan- magazine. Com

مجلة إسلامية عالمية تهتم بنشر العلم الشرعي وتأصيل منهج أهل السّنّة والجماعة.

– مجلة المجتمع: www. Almujtamaa- mag. Com

– مجلة العالم الإسلامي: www. Muslim world league. Org ، مجلة إسلامية أسبوعية.

– مجلة الدعوة: www. Eldaawah. Com ، أسّسها الشيخ محمد بن إبراهيم آل الشيخ عام 1385هـ.

جريدة التجديد الإسلامية (المغرب): www. Attajdid. Info

مواقع القنوات مثل:

– قناة الأمة الفضائية: www. Alomma. Tv

– قناة المجد للقرآن الكريم: www. Quran. Tv

– قناة طيبة الفضائية: www. Tayba. Tv ، قناة تلفزيونية فضائية وأرضية، تقدّم إعلاما يؤكّد هويتنا الإسلامية السّمحة برؤية عصرية وتعمل على دعم الانتماء الإسلامي.

– قناة المجد الوثائقية: www. Majd doc. Com

– قناة الناس: www. Alnas. Tv

5- مواقع المنظّمات والهيئات والنّدوات:

أمثلة:

- الندوة العالمية للشباب الإسلامي: www. Wamy. Org ، نشأت الندوة عام 1972م، وانطلقت من أرض المملكة العربية السعودية، وهي هيئة إسلامية عالمية مستقلة، وملتقى إسلامي يدعم جهود العاملين في مؤسسات الشباب الإسلامي في العالم وجمعياتهم وهيئاتهم.

- موقع دار الإيمان: www. Dar aleiman. Com ، شركة عالمية تقدّم خدمات الحج والعمرة لكل المستويات وبالأسعار المناسبة، تقدّم المحتوى باللغتين: العربية والإنجليزية.

- الهيئة العالمية للإعجاز العلمي في القرآن والسنة، أمينها العام: عبد الله بن عبد العزيز المصلح، وهو موقع يبيّن الإعجاز العلمي في القرآن والسنة، وأن الدين الإسلامي دين علم ومعرفة يبحث عن الحق ويدعو إلى الإبداع والتّقدم والأخذ بأسباب الرّقي المادي، وصناعة الحضارة من أجل حياة إنسانية كريمة، يعرض محتواه بعدة لغات.

- الاتحاد العالمي لعلماء المسلمين: www. I u m s on line. Net ، وهو مؤسسة إسلامي شعبية تضم أعضاء من بلدان العالم الإسلامي ومن الأقليات والمجموعات الإسلامية خارجه، وهي مستقلة عن الدول ولها شخصية قانونية وذمة مالية خاصة، مقر الاتحاد مدينة دبلن- أيرلندا.

6- المنتديات الإسلامية:

- منتديات مسلم أون لاين الإسلامية: www. Moslem on line. Net

- منتديات نور الإسلام: www. Islam nor. Com

- الطريق إلى الله: www. Way 2 allah. Com

- شبكة مشكاة الإسلامية: www. Almeshkat. Net

7- مواقع الأدلة والبحث:

- دليل مواقع الوب المفيدة.

- الباحث الشامل.

- دليل أنه الله.

- الردادي.

- دليل سلطان للمواقع الإسلامية.

- دليل المواقع الإسلامية.

وغيرها كثير نكتفي بالمواقع السابقة.

3- نماذج عن المواقع الإسلامية:

موقع إسلام أون لاين:

التعريف بالموقع:

" موقع (الإسلام على الإنترنت) – Islam on line – وعنوانه:**.www Islam-online. Net موقع ويب إسلامي أنشأته مؤسسة الثقافة في قطر، وقد بدأ ظهور هذا الموقع على الشبكة منذ الثامن من شهر شوال لعام 1419هـ، الموافق 25يناير من عام 1999م"** [1]، **" شكّلت للموقع هيئة علمية من كبار العلماء من مختلف أنحاء العالم الإسلامي "** [2].

" يوجد مقر الموقع في مدينة 6 أكتوبر غربي القاهرة، ويضم أكثر من 200 صحفي من تخصصات متعددة إعلامية وعلمية وسياسية، يعملون في المقر مع بضعة عشرات في مختلف أنحاء العالم، وأصبح الموقع يضم عدة مواقع فرعية مع مقر إذاعة وتلفزيون، وقريبا دار نشر" [3].

" ويترأس مجلس إدارة هذا المشروع العلامة " الشيخ يوسف القرضاوي"، ويشرف عليه الدكتور "حامد الأنصاري" أستاذ الشريعة في جامعة قطر، وفتح باب التبرع لهذا المشروع... يقول د. الأنصاري: إننا قمنا بعمل مسح شامل لجميع المواقع الإسلامية الموجودة على شبكة الإنترنت، بل وجميع المواقع التي تتعلق مضامينها ومحتوياتها بالإسلام، ووجدنا أنها تنقسم إلى قسمين: مواقع مخلصة، ومواقع هدفها الإساءة، أما المواقع المخلصة فهي لأفراد ومؤسسات إسلامية هدفها خدمة الإسلام، وللأسف فهي مواقع فقيرة من حيث المادة الإعلامية، وتقوم عليها مؤسسات أو أفراد معظمهم غير معروف ويفتقر إلى المصداقية، ولذلك

---

[1]- خلف سرحان القرشي: " موقع الإسلام على الشبكة " الجهد والتميز، مجلة الحرس الوطني (ع (213)، ذو الحجة 1420هـ- مارس 2000م)، ص (72).

[2]- " من نحن "، عن موقع " islam on line.net www."، تاريخ الزيارة: 15- 01- 2010م.

3[3]- محمد هادي: " إسلام أون لاين تتصدر المواقع الإسلامية "، عن موقع: "www. Islam on line. Net "، تاريخ الزيارة: 01- 02- 2010م.

جاءت فكرة المشروع بضرورة تأسيس مواقع مهمة على شبكة الإنترنت يكون لها المصداقية والثقة في المعلومات التي تقدمها عن الإسلام، وذلك من خلال لجنة علمية موثوقة، وتستخدم الأساليب المؤثرة والمضمون الجيد بواسطة لجنة فنية متخصصة تقوم على هذا العمل "[1].

يبث الموقع رسالته باللغات: العربية، الإنجليزية، الملاوية...، وهو موقع شامل للمسلمين ولغير المسلمين.

"حرص الموقع على تقديم معلومات عن الإسلام وعلومه وحضارته وأمته، وعن الكون وعوالمه وتحولاته، ومن متابعة للمجريات والتطورات وتحليلها واستقرائها، ومن معلومات شتى وخدمات متعددة...، فهذا الموقع يسعى لتقديم الإسلام في صورته الموحدة الحية المعايشة لتطورات الحياة وتفاعلاتها في مختلف المجالات تحت شعار: المصداقية والتميّز، من أجل ذلك شكّلت له هيئة علمية من كبار العلماء ... مهمتها ضمان عدم مخالفة ما ينشر في هذا الموقع لثوابت الشريعة الإسلامية، بالإضافة إلى نخبة من الخبراء والمختصين في السياسة، والاقتصاد، والإعلام، والاجتماع، والتكنولوجيا، والفنون، وغيرها من المجالات، إتقانا لخطوات الإسهام في النهضة الإسلامية بشمول مجالاتها وتعدد مستوياتها عبر شبكة الإنترنت وإمكاناتها الهائلة في الإيصال والاتصال، ضمن معايير الأمانة والدقة في المحتوى، والاحتراف المبدع في التصميم و العرض، حرصا على تحقيق مصداقية الموقع في مادته ومعلوماته وأطروحاته، وإكسابه التميّز الذي يحقق له الجاذبية والقبول"[2].

" وقد فاز هذا الموقع بعدة جوائز، ورشّح كواحد من أفضل المواقع العربية والإسلامية من قبل عدد من المؤسسات المتخصصة في تقييم المواقع.

وقد قام كثير من المواقع بوضع وصلة ربط بداخله **link** تصل المستخدم بهذا الموقع "[3].

سياسة الموقع العامة:

عالمية في الطرح:

---

[1]- لطفي عبد اللطيف: " المسلمون في مواجهة الإنترنت "، المستقبل الإسلامي (ع(84)، ربيع الثاني 1419هـ- أوت 1998م)، ص (11).

[2] - " من نحن "، عن موقع " www.islam on line. Net "، تاريخ الزيارة: 15- 01- 2010م.

[3] - خلف سرحان القرشي: موقع " الإسلام على الشبكة" الجهد والتميّز، مرجع سابق،ص (72).

توجيه الخطاب للإنسانية جمعاء مع تجنب الارتباط أو التعبير عن بلد أو حزب أو مذهب أو فئة أو هيئة أو مؤسسة.

شمولية في المضمون:

العمل على تقديم صورة شاملة ومتكاملة ومترابطة للإسلام على مختلف صفحات المشروع المعلوماتية والخدماتية.

وسطية في المنهج:

تبني المنهج الوسطي للإسلام، مع البعد عن الإفراط والتفريط، والإعراض عن الآراء الشاذة والغريبة.

موضوعية في المعالجة:

تحرّي الدقة والموضوعية في المعالجة، والتزام الحياد عن المواقف المسبقّة.

أخلاقية التناول:

تجنب التعرض بالقدح أو المدح للأشخاص والهيئات والدول، والابتعاد عن أساليب الإثارة والدعاية أو الاستفزاز والتحريض.

التشويق في العرض:

الحرص على عرض المواد بمهنية عالية توفّر المتعة للمستخدم [1].

أركان الموقع:

يتكون موقع " إسلام أون لاين " من الأركان الآتية:

الرئيسة، أخبار وتحليلات، شرعي، مدارك، الإسلاميون، نماء، علوم وصحة، ثقافة وفن، حواء وآدم، مشاكل وحلول، وسائط متعددة، استشارات: شبابية، إيمانية، دعوية، صحية، الزكاة، الحج والعمرة، معا نربي أبناءنا، اسألوا أهل الذكر.

وفيما يأتي وصف بسيط لكل ركن من هذه الأركان:

1- أخبار وتحليلات:

---

[1]- " من نحن "،عن موقع " www. Islam on line. Net "، تاريخ الزيارة: 15- 01- 2010م.

يهتم الموقع بأخبار وقضايا الإسلام والمسلمين على جميع الأصعدة: محليا ودوليا وعالميا، كما أنه يولي أهمية خاصة ومتابعة مستمرة للقضية الفلسطينية، والأزمة العراقية، ويهتم بالأخبار العالمية، فيتناول تحليلات لقضايا مختلفة لعدة دول سواء كانت لهذه الدول علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالعالم الإسلامي، وذلك لفتح عيون زوار الموقع على أخبار العالم ومسايرة الأحداث أولا بأول.

2- شرعـــي:

يتناول قضايا شرعية من عبادات و معاملات ببيان حكمها، وكشف الالتباس الطارئ عليها، مثل: الصوم، الزكاة، الحج، الزواج، فقه المرأة...الخ.

3- مـــدارك:

بوابة الثقافة والفكر الإسلامي المعاصر، وينقسم هذا الركن بدوره إلى أقسام:

الرئيسية، ثقافة وفكر، سياسة، تنمية واقتصاد، مجتمع ومرأة، علوم وبيئة، حوارات ومقابلات (يجريها الموقع مع شخصيات دينية، سياسية، رجال الفكر والثقافة لمناقشة مختلف القضايا، إضافة إلى عدة مقالات للقراءة)، شارك بفكرك (من خلال هذا القسم يعرض الموقع مشاركات ومواد أصدقاء الموقع التي أرسلت للموقع من قبل، ويشير إلى ما هو متميز وحديث منها في هذه الصفحة)، ملفات خاصة، مفاهيم (يعرض دلالات وتعاريف مختلف المفاهيم الملتبسة).

4- الإسلاميون:

ينقسم إلى: الرئيسية، طرق صوفية، إخوان مسلمون، تنظيمات وأحزاب، سلفيون، عمل مسلح، وعظ وإرشاد، عمل أهلي، إسلاميون مستقلون... .

5- نـــمـــاء:

ينقسم هذا الركن إلى: مشروعات وتجارب، استعد للوظيفة، إدارة الذات، مفاهيم ومصطلحات، فقه، فقه وسعي، إغاثة وتنمية، بورصات وبنوك، قضايا اقتصادية، صوت الناس (يهتم بمشاكل الناس المادية).

6- علوم وصحة:

ينقسم إلى: صحة (مواضيع طبية مختلفة)، استشارات صحية، إيمانيات (يبين حقيقة الإعجاز العلمي في القرآن الكريم والسنة المطهّرة من خلال قضايا صحية وعلمية)، بيئة (يهتم

بمشاكل البيئة)، تكنولوجيا، علوم (فيزياء، فلك، أحياء، كيمياء، هندسة وراثية...)، فتاوى (يحتوي هذا القسم على بنك الفتاوى، يمكن البحث في هذا القسم عن طريق: النص أو العنوان أو العنوان والنص).

7- ثقافة وفـــن:

ينقسم إلى: مساحات ثقافية، تراث وحضارة، لغة وأدب، ميديا، سينما ومسرح، فنون تشكيلية، أوتار وأنغام، مساهمات الزائرين، مفاهيم ومصطلحات، مجاهيل ومشاهير (تعريف بمؤسسات وشخصيات: رياضة، علمية، مذاهب وأديان، سياسية وعسكرية، ثقافية وفنية، اجتماعية، دعوية، فقهية).

8- حواء وآدم:

ينقسم إلى أقسام: صوت النساء، للرجال فقط، الطريق إلى الزواج، أزواج وزوجات، أب وأم، نهاية الأسبوع، بين الناس، معا نربي أبناءنا، مدونات اجتماعية، فتاوى الأسرة.

9- مشاكل وحلول:

ينقسم إلى: صبايا (الصبايا والأهل، صبايا نت، الحب، همس الصبايا)، للشباب فقط (يعالج مشاكل الشباب النفسية، العاطفية والاجتماعية من خلال طرح الشباب مشاكلهم على الموقع والرد عليها، إضافة إلى بعض المقالات تعالج مختلف المشاكل وتقدم الحلول)، الطريق إلى الزواج (يعالج عدة مشاكل قبل الزواج وبعده، إضافة إلى مقالات تعالج قضايا تخص الأزواج)، سنوات الزواج الأولى، البيت الكبير (يعالج مشاكل أسرية: الأبناء، الآباء، الأزواج...الخ)، فتاوى للشباب.

10- وسائط متعددة:

تنقسم إلى: عين على العالم (يتناول أخبار مختلفة من مختلف مناطق العالم بالصور)، أطلس العالم الإسلامي، الأحداث في صور (يورد صور لأحداث عالمية)، إذاعة إسلام أون لاين (تنقسم إلى: البرامج الحية، الفترات الإذاعية: دينية، اجتماعية، سياسية واقتصادية، ثقافية وفنية، علمية وصحية، رياضية، التقارير (عبارة عن مواضيع مختلفة)، صوت المنبر (عبارة عن خطب ودروس منتقاة من عدة مساجد متاحة للاستماع والحفظ)، بطاقات إلكترونية (بطاقات

للمناسبات يمكن إرسالها)، مكتبة الوسائط (تحتوي على عدة مواضيع يمكن تحميلها أو الاستماع إليها).

ويوجد أيضا على الصفحة الرئيسية لموقع " إسلام أون لاين " جهة اليمين شريط عمودي يحتوي على العناوين الآتية:

* ببليو إسلام:

– صفحة الحج 1430هـ جديد.

– القدس في قبضة التهويد.

– خدمات الموبايل.

– عالم الأسرة المسلمة بأوربا.

– متحف هولوكوست فلسطين.

* أدلة وخدمات:

– أجندة الفعاليات، دليل المواقع، شريك الحياة، النشرة الإعلامية، ميلادي هجري، المساحة الإعلانية.

خصائص موقع إسلام أون لاين:

من خلال زيارة صفحات هذا الموقع خلصت إلى الملاحظات الآتية:

1- التصميم الفني للموقع:

نلاحظ اهتمام المشرفين على الموقع بالتصميم الفني الجميل له من خلال النقاط الآتية:

– تنظيم جيد للصفحة الرئيسية للموقع، حيث يظهر في أعلى هذه الصفحة عنوان الموقع باللغتين العربية والإنجليزية بخط واضح، كما توجد القائمة الرئيسية في شريط أفقي تحوي على الأركان الأساسية للموقع، وشريط عمودي جهة اليمين يحوي مواضيع أخرى أساسية، يوجد وسط الصفحة الواجهة للموقع مختصرات لعناوين مختارة من كل ركن من الأركان الرئيسية مرفقة بصور، مما يجذب الزائر للاطلاع على هذه المواضيع.

– ظهور عدة خدمات على الصفحة الواجهة للموقع مثل: شريط الأخبار، تاريخ آخر تحديث: الساعة واليوم والشهر والسنة، ميلادي وهجري،(تحديث الأخبار حوالي كل ثلاث ساعات)، التعريف بالموقع وما تعلق به، دليل المواقع...الخ.

– اعتمد الموقع على البنط الواضح في تقديم موضوعاته وقضاياه، وذلك حرصا منه على جذب المستخدم لقراءة موضوعاته دون إجهاد.

– تنوع الألوان في الموقع، حيث تظهر الواجهة بعدة ألوان، وكذا تظهر كل صفحة بلون مختلف.

– تدعيم الموضوعات والمقالات بالصور: فوتوغرافية، رسومات، كاريكاتير، ولا يكتفي بالنص المكتوب فقط كما الحال في أغلب المواقع الإسلامية.

2- التصميم التقني للموقع:

ونقصد بالتصميم التقني مدى استغلال الموقع للإمكانات التي تقدّمها الإنترنت من: تفاعلية مع الزوار، سرعة التحميل، سهولة الدخول إلى الموقع...الخ:

- يمكن الدخول إلى الموقع بكتابة عبارة " إسلام أون لاين" في محرك البحث " Google" أو في أي محرك بحث آخر.

- سرعة تحميل بعض الصفحات رغم وجود الوسائط المتعددة: الصور، الفيديو...، وهذا إذا استثنينا بعض الصفحات مثل: أطلس العالم، " الأحداث في صور" في ركن وسائط متعددة فإنها لا تفتح بسرعة.

- يحتوي كل ركن من الأركان الأساسية لموقع "إسلام أون لاين" على نوافذ مفتوحة أكثر من مرة، أي أن الركن يتكون من عدة أقسام، وتندرج تحت هذه الأقسام عدة مواضيع ...وهكذا، مما يدل على ثراء محتواه.

- يتواجد الموقع في أشهر أدلة البحث مثل: دليل سلطان للمواقع الإسلامية، دليل المواقع الإسلامية...الخ.

- خلال تصفّحي للموقع عدة مرات والاطلاع على أركانه وموضوعاته، لم أصادف عبارة " الصفحة فارغة" أو " البرنامج معطّل"، عكس المواقع الإسلامية الأخرى فإننا نصادف فيها هذه الأمور خلال زيارتها.

- لا يتوفّر للموقع دعم مؤسسي معين أو جهة مختصة بدعمه، فهو يعتمد على الهبات والتطوّعات.

- تشرف على الموقع هيئة علمية من كبار العلماء، مهمّتها ضمان عدم مخالفة ما ينشر في هذا الموقع لثوابت الشريعة الإسلامية، إضافة إلى نخبة من الخبراء والمختصين في السياسة، والاقتصاد، والإعلام، والاجتماع، والتكنولوجيا، والفنون... .

- يسمح الموقع بقدر كبير من تفاعل ومشاركة المتصفحين وتقديم آرائهم واختياراتهم، وطرح اهتماماتهم من خلال البريد الإلكتروني، الأسئلة والفتاوى المباشرة، الحوارات المباشرة مع الأخصائيين النفسانيين والاجتماعيين في الموقع، نشر تعليقاتهم على الموضوعات والمقالات المنشورة في الموقع، الاتصال بإدارة الموقع وبالمشرف عليه...الخ.

- لا يوجد في الموقع عدّاد يبين عدد زواره.

- البطء عند العودة لصفحة البداية، وعند فتحه لأول مرة، ويمكن تلافي هذا العيب بالتخفيف من الصور التي يحتويها.

- استخدام الوسائط المتعددة مثل: الصوت، الصورة، الفيديو...الخ.

3- محتوى الموقع:

– أهم ملاحظة في هذا المجال هو ثراء محتوى الموقع سواء من حيث كمية مادته، أو نوعيتها وشمولها، فمن حيث الكمّ فإن الموقع يحتوي على عدة أركان (10 أركان)، تنقسم هذه الأركان إلى عدة أقسام، وهذه الأخيرة عدة فروع، أما من حيث الشمول فإن الموقع شامل لكل المجالات، إذ من بين نقاط سياسته العامة الشمولية في المضمون، وهذه المجالات هي:

السياسة، الدين (قضايا شرعية)، الثقافة والفكر الإسلامي، الاقتصاد، الطب، البيئة، التكنولوجيا، العلوم، الفن...الخ.

– يحرص المشرفون على الموقع على عالمية توجيه الخطاب، نلمس هذه العالمية من خلال طرح قضايا محلية، إقليمية، عالمية، ومناقشتها بخلفية إسلامية بتبني المنهج الوسطي للإسلام.

– يوجّه الموقع خطابه إلى مختلف الشرائح وكل الأعمار: الأطفال، الشباب، المرأة، الرجل...الخ.

" وينفرد هذا الموقع بقدرته على اجتذاب الشباب تحديدا من خلال صفحة المشاكل التي تعد الأولى من نوعها في العالم العربي، كما يحوي جزءا مستفيضا باللغة الإنجليزية، ويحسب لهذا الموقع أنه نجح في كسر تابو ظلّ مفروضا لعقود طويلة على المشاكل النفسية والعاطفية والاجتماعية والجنسية، ويتلقى الموقع نحو 400 رسالة إلكترونية كل أسبوع يطرح فيها أصحابها مشاكلهم وأغلبها ذو طابع جنسي، حيث يرد عليها الاختصاصيون" [1].

– تنوّع مصادر المعلومات والموضوعات الواردة في الموقع: علماء ودعاة، كتب، صحف ومجلات ووكالات أنباء، مواقع ويب، هيئات علمية، صحفيون ومفكرون، ساسة، علماء اجتماع ونفسانيون، مختصون ومحلّلون سياسيون...الخ.

– استخدام أساليب إقناعية متنوعة مثل: الأسلوب الاستدلالي بقسميه: العقلي والنّقلي، والأسلوب العاطفي بقسميه أيضا: الترغيب والترهيب.

---

[1]- المجتمع الإلكتروني حكر على النخبة في العالم الإسلامي، ... المواقع الإسلامية على الإنترنت، عن موقع " www. minshawi. Com http:// " ، تاريخ الزيارة: 22- 01- 2010م.

"فالموقع يلتزم بالكتاب والسنة في المعالجة والاستدلال، كما أنه يستدل بالأرقام والإحصاءات والوقائع المختلفة، وتصريحات الساسة ورجال الفكر، حسب ما يقتضيه الحال، ويستدل حتى بآراء الغربيين إذا كانت خارج مجال الاعتقاد ولا تخالف أصول الدين" [2].

- " لا يفصل الموقع بين الدين ومختلف المجالات السياسية والاقتصادية وغيرها، نلمس هذا من خلال عدة أمور منها: اعتماده الخلفية الدينية في معالجة الكثير من القضايا: السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، ونلمس هذا أيضا من خلال وجود عدد كبير من قضايا السياسة والدولة والاقتصاد ضمن مجال الفتوى، وأيضا من حيث ذلك النوع من الموازنة الذي نلمسه في عرض القضايا، بحيث لا تغلب القضايا الدينية المحضة على غيرها من القضايا " [2].

- تقديم المحتوى في مختلف الأنواع الصحفية: خبر، مقال، تقرير، تحقيق، صور، كاريكاتير...الخ.

- تقديم الموضوعات في:كتب، أشرطة، فيديو...الخ.

- يحرص الموقع على كتابة مصدر المادة المعروضة، سواء كان هذا المصدر: وكالة أنباء، داعية، مفكّر...، حتى تكون هناك مصداقية أكبر للمعلومات عند مستخدميها.

- نلاحظ خلوّ الموقع من الأخطاء الإملائية واللغوية والنحوية (في مجمل الموضوعات والصفحات التي اطلعت عليها).

- " التزام الموضوعية والحياد، يتجلى ذلك من خلال عرض وجهات النظر المختلفة الإسلامية والغربية في القضايا المطروحة، مع نسب كل معالجة أو رأي إلى صاحبه، وعدم التعصب لرأي معيّن أو مذهب محدد" [3].

- تحديث محتوى الموقع في فترات قصيرة، وهذا ما يضمن استمرارية الموقع،مما يحافظ على ثقة الزوّار فيه.

- إتاحة البحث في الموقع عن أية معلومة يريدها الزائر عبر خانة البحث، كما توجد وصلات إعلانية في الموقع، مما يساعده في عملية التمويل.

---

[2]- سميرة رابح بوعيشة: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت؛ مقارنة بين منهجي الشبكة السلفية وشبكة إسلام على الخط في الدعوة، مرجع سابق، ص (125).

[2]- سميرة رابح بوعيشة: المرجع نفسه، ص (120).

[3]- سميرة رابح بوعيشة: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت؛ مقارنة بين منهجي الشبكة السلفية وشبكة إسلام على الخط في الدعوة، مرجع سابق، ص(120).

– يهتم " موقع إسلام أون لاين" بالفتاوى العامة الجامعة، ويحرص في فتاواه على الوسطية وعدم التمذهب، وينبري الموقع للفتاوى المركبة، خاصة وأن الفتوى الإلكترونية تعتبر البديل الجديد المتاح لكثير من الناس بعد اضطراب سوق الفتاوى.

وعلى هذا فإن " موقع "إسلام أون لاين نت" قد أفرز مضمونا إعلاميا جديدا يتخطى التقليدية في الطرح، والتشرذم في الرؤى...، وأنّ الخطاب الإسلامي من منظور الموقع هو خطاب: إسلامي المحتوى، وسطي التوجّه، عالمي الإطار، تفاعلي المدار، إنساني النزعة...، تجديدي المضمون، وتفاؤلي المنحى، يبحث عن الأمل ويقصي القنوط " [1].

سلبيات الموقع:

– لا يفتتح الموقع الصفحة الرئيسية بالبسملة.

– في بعض الأركان نجده يقتصر على إنتاج الشيخ يوسف القرضاوي، مثل مجال الفقه وأصوله، أخلاق وتزكية دون مبرر، ومعلوم أن تراث العلماء والفقهاء في هذا المجال كثير جدا.

ونظرا لخصائص الموقع السابقة، فإن موقع " إسلام أون لاين"، من أبرز المواقع الإسلامية، يزداد عدد زوّاره يوما بعد يوم.

" وقد فاز د. يوسف القرضاوي " المشرف على الموقع" بجائزة شخصية العالم الإسلامية من جائزة دبي الدولية للقرآن – الكريم– " [2].

ونظرا لأهمية هذا الموقع في نشر الإسلام والدعوة إليه، وللمكانة التي يحتلها بين المواقع الإسلامية، ولفعاليته على الساحة الإلكترونية، فقد تعرّض لهجمات من منظمات يهودية مختلفة.

فقد " اتهمت "رابطة مكافحة التشهير"، وهي من أهم منظمات اللوبي الإسرائيلي في الولايات المتحدة الشيخ يوسف القرضاوي– رئيس الاتحاد العالمي لعلماء المسلمين– وموقع إسلام أون لاين بالترويج للتطرّف، بسبب مواقف الشيخ والموقع المعارضة للاحتلال الإسرائيلي... ووصفت الشيخ القرضاوي بأنه: " منظّر متطرّف من جماعة الإخوان المسلمين".

واتهمت المنظّمة – التي تراقب الإعلام العربي والإسلامي بشكل مستمر– موقع " إسلام أون لاين" بنشر قصيدة في قسم " ثقافة وفن" في يناير/ 2008 تقدّم تعليمات تصويرية عن

---

[1]– أحمد بن علي بن محمد المشيخي: تقرير عن الندوة الإقليمية حول: " صناعة وسائل الاتصال الإلكترونية في العالم الإسلامي" ، مسقط، ديسمبر 2002م، مجلة المستقبل العربي (ع (291)، 2003م)، ص (193).

[2]– أحمد حسين: " إسلام أون لاين" موقع شباب الإمارات المفضل، عن موقع "http// an tom life. Com": "، تاريخ النشر: 21- 12- 2000م، تاريخ الزيارة: 02- 02- 2010م.

كيفية قطع رأس أحد الأشخاص.

والقصيدة التي أشارت لها المنظمة اليهودية من تأليف مسلمة إنجليزية متشدّدة، تدعى " سامينا مالك"، ألّفت قصيدة بعنوان " كيف تقطع رأسا"، وأدانتها محكمة بريطانية بتهمة حيازة كتابات يمكن استخدامها في أعمال إرهابية.

لكن مراجعة قامت بها "وكالة أنباء أمريكا إن أرابيك" لقسم " ثقافة وفن" على الصفحة الإنجليزية لموقع " إسلام أون لاين" خلال يناير/ كانون الثاني 2008، كشفت أن الموقع لم ينشر القصيدة من باب تأييده، بل وصفها بالقصيدة " الشائنة"، ودعا القرّاء إلى تقديم بدائل شعرية للقصيدة، واحتفى بالبدائل الشعرية المقدّمة من القرّاء ومن بينها قصيدة بعنوان " كيف تكوّن سلاما".

وكان د. يوسف القرضاوي قد تعرّض لهجوم مشابه الشهر الماضي عندما نشرت اللجنة الأمريكية اليهودية – وهي منظمة يهودية أمريكية نافذة أيضا – قد أطلقت إعلانا احتل صفحة كاملة في صحيفتي: " وول ستريت جورنال " و" نيويورك بوست " الأمريكية الخميس 11 يونيو، بأنهم من أبرز العقبات أمام السلام في المنطقة " [1].

موقع الشهاب:

التعريف بالموقع:

موقع إسلامي جزائري يهتم بطرح القضايا الدعوية والفكرية في إطار حضاري إسلامي يهدف إلى تعميق وتأصيل الرؤية الإسلامية لقضايا التغيير والتجديد والإصلاح والدعوة إلى بناء حضاري إسلامي متكامل يعيد للأمة مجدها، وللإسلام ريادته في الحياة، يدير الموقع د. البشير صوالحي.

---

[1]- وكالة أنباء أمريكا إن أرابيك: هجوم على القرضاوي وإسلام أون لاين من منظمة يهودية نافذة، عن " موقع القرضاوي "، تاريخ النشــر: 19- 7- 2009م، تاريخ الزيارة: 12-01- 2010م.

أركان الموقع:

يحتوي موقع الشهاب على الأركان الآتية:

* **أخبار الشهاب: يقدّم أخبار محلية، دولية، وعالمية تتناول أخبار المفكّرين، وأخبار ثقافية وفكرية متنوّعة.**

* **قراءات في الأحداث: يحلّل قضايا سياسية في الجزائر، العالم الإسلامي، كل العالم.**

* **تحقيقات: يناقش قضايا دعوية واجتماعية.**

* **حوارات وندوات:يحاور الموقع من خلال هذا الركن شخصيات سياسية، أكاديمية، دعوية...في مختلف القضايا.**

* **قضية للنقّاش: يورد عدة قضايا للنّقاش فكرية وثقافية متنوّعة.**

* **ملفات الشهاب.**

* **دراسات: برنامج معطّل.**

* **ترجمات ومراجعات كتب: عبارة عن ترجمات وتلخيصات وعروض لكتب تحمل عناوين تتراوح بين: الدعوة، الثقافة والفكر، علماء...الخ.**

* **من الذاكرة: عرض أعمال بعض العلماء والدعاة، والوقوف على ذكريات وفاتهم ومآثرهم.**

* **مجالس التذكير: يناقش قضايا إسلامية من عبادات: كالصلاة، الحج...الخ.**

* **في آفاق المراجعات: يناقش قضايا فكرية ودعوية.**

* **الشهاب الإبداعي.**

* **شؤون علمية وتقانية: يعنى هذا الركن ببعض القضايا العلمية، وأخبار التكنولوجيا الحديثة.**

* **أطباق شهية: لا توجد مقالات في هذا الموضوع.**

أركان إضافية:

- **مجالس التذكير: مكرّرة.**
- **الشهاب الثقافي: هي نفسها صفحة: شؤون علمية وثقافية.**
- **في ظلال السنة: يتناول بعض المواضيع المتعلّقة بالحديث النبوي، إضافة إلى شرح بعض الأحاديث.**

●دراسات شرعية: دراسات شرعية وأخرى فكرية.

●دراسات: دراسات في مختلف المواضيع الثقافية.

●ترجمات ومراجعات: نسخة من صفحة: ترجمات ومراجعات كتب.

●عبر التاريخ: ركن يهتم بأحداث تاريخية سابقة، كما يهتم بالحركة الإسلامية الجزائرية وروّادها.

●مكتبة الشهاب الإلكترونية: تتاح خدمة البحث في هذه المكتبة عن أي موضوع يريده المتصفّح: مقالات، كتب...الخ.

●صوتيات ومرئيات: البحث في مكتبة الصوتيات والمرئيات.

●ما العمل بعد العراق: مقالات عن الأزمة العراقية وما يتعلّق بها.

●رمضان كريم: موضوعات مهمة حول شهر رمضان: كالطاعة في هذا الشهر، الصحة في رمضان، أثر الصيام في التماسك الاجتماعي...الخ.

●في آفاق المراجعات: مكرّرة.

●منتدى الفكر الحر.

●القرآن الكريم.

• مواقع مجموعة الشهاب: عبارة عن روابط بمواقع أخرى مثل: موقع الشيخ عبد الحميد بن باديس، موقع المفكّر مالك بن نبي، ضفاف الإبداع (لا يوجد)، مركز البشير للدراسات (لا يوجد).

خدمات الموقع:

التعريف بالموقع (البرنامج معطّل)، هيئة تحرير الموقع، أرسل مقالا، الأرشيف، البحث، منتدى الشهاب (البرنامج معطّل)، أخبر صديقك، راسلنا (معطّل).

خصائص موقع الشهاب:

1- التصميم الفني للموقع:

يتمثل في أهم الملاحظات الآتية:

– كتابة عنوان الموقع في أعلى الصفحة الواجهة بخط كبير باللغتين العربية والإنجليزية.

– عدم كتابة التاريخ الهجري أو الميلادي، أو تاريخ تحديث محتويات الموقع.

– عدم تنويع الألوان، فيظهر على الواجهة لونان فقط: الأزرق والبني.

– لا يوجد شريط الأخبار على الصفحة الأولى للموقع.

– تدعيم المواضيع والمقالات بالصور، ونلاحظ عند زيارة بعض المواقع الجزائرية كموقع " منار الجزائر" وكذا موقع " راية الإصلاح" أنها لا تدعّم موضوعاتها بأي نوع من الصور، وبالتالي فإن الاعتماد على النص المكتوب فقط لا يوصل الأفكار بالوضوح المطلوب.

2- التصميم التقني للموقع:

– سهولة الدخول إلى موقع " الشهاب"، إذ نكتب " موقع الشهاب" على محرك البحث " Google " وندخل إلى الموقع على مرحلة واحدة.

– سرعة متوسطة في تحميل الصفحات.

– نلاحظ أن بعض أركان الموقع فارغة، فعند الضغط على أيقونات بعض هذه الأركان تظهر الصفحة بيضاء مثل: ركن أطباق شهية، ضفاف الإبداع، مركز البشير للدراسات، إضافة إلى بعض الخدمات مثل: التعريف بالموقع (البرنامج معطّل)، منتدى الشهاب، راسلنا، أي أن نصف الخدمات – تقريبا– التي يتيحها الموقع معطّلة، مما يؤثر سلبا على انجذاب الزّوار نحو الموقع.

– عدم استخدام الوسائط المتعددة، إذا استثنينا الصور.

– أغلب الخدمات التفاعلية معطلة، باستثناء خدمتين: أرسل مقالا، أخبر صديقك.

ملاحظة:

الملاحظات التي سبقت حول الموقع سجّلتها خلال الفترة الزمنية التي تصفحته فيها، ويمكن ألا تنطبق هذه الملاحظات على الموقع خارج هذه الفترة.

3- محتوى الموقع:

– نلاحظ قلة الأركان وتكرار بعضها، بل إننا نجد ركنين مختلفين في العنوان ويتضمنان المحتوى نفسه، مثل: مجالس التذكير (مكرر)، " الشهاب الثقافي " هو نفسه ركن: " شؤون علمية وثقافية"، " ترجمات ومراجعات" هو نفسه ركن " ترجمات ومراجعات وكتب"، " في آفاق المراجعات" ركن مكرّر.

– نلاحظ أن أركان الموقع ذات نوافذ مغلقة، أي عند فتح أي ركن نجد موضوعات محدودة العدد، وهذا يدل على فقر محتوى الموقع .

– محدودية المصادر التي تستقى منها المادة العلمية، فأغلبها مقالات ودراسات لأساتذة ودكاترة محدّدين.

– طول فترة تحديث المحتويات، فالموقع لا يزال يعرض مواضيع تتعلق بشهر رمضان – من خلال ركن " رمضان كريم" – رغم مرور أكثر من شهر ونصف عن الشهر.

– يحتوي الموقع على مواضيع في المجالات الآتية: قضايا سياسية (جزائرية، عربية، إسلامية، عالمية)، قضايا فكرية ودعوية وثقافية، قضايا التكنولوجيا الحديثة، مواضيع في السنة النبوية المطهّرة، أحداث تاريخية، وهذه المواضيع تتناول في مقالات محدودة العدد مع إهمال بعض المجالات مثل: القضايا الاجتماعية، الاقتصاد، الفن، الطب...الخ.

وعموما فإن موقع الشهاب، وكذا المواقع الإسلامية الجزائرية التي تصفّحتها مثل: (منار الجزائر، راية الإصلاح، همسات إيمانية Hamassat - cjb.net) تتميز بضعف التصميم الفني، وكذا عدم استغلال الإمكانات التقنية – التي تتيحها الإنترنت – على الوجه الأحسن مثل: الخدمات التفاعلية والوسائط المتعددة...الخ.

وفيما يخص المحتوى فالمواضيع المدرجة في الموقع قليلة، كما أنها غير شاملة لجميع المجالات.

موقع سورية الدعوي:

أركان الموقع:

يحتوي موقع " سورية الدعوي" على الأركان الآتية:

*** الصفحة الرئيسية.**

*** مكتبة الفيديو والمرئيات.**

*** صوتيات إسلامية.**

*** مكتبة الكتب: تحتوي على: الأخلاق والرّقائق والمواعظ، القرآن الكريم وعلومه، الحديث الشريف وعلومه، العقيدة الإسلامية، الفقه وأصوله، السّير والتراجم، اللغة العربية والشعر والأدب، القسم العام ويحتوي بدوره على مواضيع مثل: الشامل في الصناعة الطبية... .**

*** في رحاب رسول الله.**

*** أعلام ودعاة: التعريف بسير بعض الأعلام والدعاة.**

*** مع كتاب الله: يقدّم الكنوز الإيمانية والشرعية والأخلاقية لبعض سور القرآن الكريم.**

*** فتاوى، تزكية وأخلاق، تربية وإرشاد، شعر وأدب وفن.**

*** المكتبة المرئية: تنقسم إلى: أدب وشعر، أطفال وكرتون، القرآن الكريم، المحاضرات والدروس (تتناول عدة مواضيع تخص: الأطفال، الشباب، أخلاق، تزكية، ومواضيع أخرى...).**

*** الأناشيد الإسلامية.**

*** استراحات وقصص: قصص عن الصحابة والتابعين وغيرهم، لغرس الأخلاق والفضائل، إضافة إلى الطّرائف.**

*** تاريخي ووثائقي: أفلام وثائقية بعناوين مختلفة مثل: الأندلس، غزة...الخ.**

*** سلسلة معالم الدعوة في الغرب.**

*** سلسلة فقه الدعوة الإسلامية: مواضيع دعوية.**

*** شيوخ ودعاة: إدراج مواضيع مختلفة لشيوخ ودعاة من هؤلاء: عمر عبد الكافي، عبد الحميد كشك...الخ.**

* إحصاءات: **الأعضاء، الأخبار، المواقع الخارجية، الزوّار.**

خصائص موقع سورية الدعوي:

1- التصميم الفني للموقع:

- نلاحظ اختلاف الألوان في الموقع، مما يجعله أكثر جذبا للزوار،فلون الواجهة أخضر، مع اختلاف الألوان في العناوين الأخرى.

- إرفاق بعض عناوين المقالات والقصص بالصور.

- كتابة عنوان الموقع في أعلى الصفحة الواجهة بخط كبير باللغة العربية فقط.

- عدم كتابة التاريخين الهجري والميلادي، وكذا عدم وجود تاريخ تحديث المحتويات، وانعدام بعض المعلومات عن الموقع منها مثلا: التعريف بالموقع.

- نلاحظ أن كل محتوى الموقع يوجد على شكل عناوين وملخصات على الصفحة الواجهة للموقع، مما يسهّل على الزائر اختيار الموضوع الذي يريد والاطلاع على جميع الموضوعات.

2- التصميم التقني للموقع:

- تعدد الوسائط في الموقع: صوتيات، مرئيات، صور، فيديو...الخ.

- نلاحظ انعدام محتويات بعض الأركان رغم وجود العناوين مثل: ركني" شيوخ ودعاة"، و" القرّاء".

- يوجد في الموقع عدّاد يبين عدد الزوار.

- لا توجد في الموقع خدمات تسمح بالتفاعل مع الزوار.

- توجد خانة للبحث في الموقع، كما يمكن تسجيل العضوية فيه.

3- محتوى الموقع:

- يشمل محتوى الموقع المواضيع الآتية: القرآن الكريم وعلومه، الأخلاق والرقائق والمواعظ، محطات من السيرة النبوية كالغزوات، بعض الأعلام والدعاة، مواضيع إيمانية وشرعية، فتاوى، شعر وأدب وفن، الأناشيد الإسلامية، التاريخ، الدعوة...الخ.

- غنى الموقع نوعا ما بالمادة العلمية.

- نلاحظ أن الموقع يهمل بعض المجالات الهامة مثل: السياسة (لا يوجد ركن الأخبار)، الاقتصاد، القضايا الاجتماعية (قضايا تهم المرأة، الشباب...).

- تنوع الدعاة والمشائخ الذين تعرض نتاجاتهم الفكرية والدعوية في الموقع.

4- ملاحظات عامة حول المواقع الإسلامية:

يصعب الحكم على خصائص المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، وذلك لأسباب كثيرة أهمها: عدم وجود إحصائيات دقيقة عن جميع المواقع الإسلامية، وكذا عدم تصفحي لجميع هذه المواقع.

ومن خلال الاطلاع على شكل ومحتوى كل موقع من المواقع السابقة، خلصنا إلى بعض الملاحظات حولها وهي كالآتي:

- ما زال العدد ضئيلا مقارنة بالمواقع غير الإسلامية المختلفة المشارب والتوجهات، فمنها المواقع العربية التي يسمح معظمها بعرض مواد منافية للآداب والأخلاق الإسلامية، ومنها مواقع محسوبة على الإسلام فهناك من يصنّفها ضمن المواقع الإسلامية لأنها تحمل أسماء وعناوين إسلامية، وتفعل ذلك في الحقيقة لتخفي أهدافها الحقيقية في نشر البدع والخرافات وإيراد الشبهات، "ومن هذا الصنف الأخير مواقع إسلامية بإدارة يهودية مثل:

(www. Answering- islam. Org) ، (www. About islam.Com) ، (www. The quran. Com)، (www. Allah assurance. Com) .

هذه المواقع تّم تصميمها من قبل اليهود، وهم ينشرون معلومات خاطئة عن القرآن، والسنة، والأحاديث النبوية الشريفة، والإسلام " [1].

هذا إضافة إلى مواقع الأعداء التي تحارب الإسلام وأهله صراحا، وكذا المواقع الإباحية وهي تزداد يوما بعد يوم بسرعة كبيرة، وبنية تحتية قوية ومتماسكة.

وهذا ما يحتّم على القائمين بالدعوة الإسلامية الثبات في الميدان، وزيادة عدد المواقع الإسلامية وتحسين مستوى أدائها، لمواجهة التحديات التي تفرضها عليها مختلف الجهات.

– ضعف التصميم الفني والتّقني لأغلبية المواقع الإسلامية، وذلك بسبب إهمال طريقة بناء وتأسيس الموقع، وكذا عدم الاستغلال الأمثل للإمكانات التي تتيحها الإنترنت للمواقع في هذا المجال إذ أن بعض أصحاب المواقع الإسلامية لا يهمّهم سوى الظهور على الإنترنت، رغم ما لحسن التصميم من دور فعّال في جلب الزّوار إلى الموقع وتدعيم ثقتهم بمحتوياته، كما يرجع ضعف التصميم أيضا إلى عدم استغلال الكفاءات البشرية المتمكّنة في المجالين التقني و الإعلامي لما لها (أي هذه الكفاءات) من دور فعّال في التخطيط والتصميم، وتبدو هذه العشوائية – في تصميم المواقع الإسلامية – واضحة إذا ما قورنت بالمواقع المتطوّرة في هذا المجال، فمصممي المواقع الإباحية مثلا يحرصون كل الحرص على جذب الشباب ومختلف الفئات إلى تصفّح مواقعهم وذلك باستقطاب المختصين في تصميم المواقع الإلكترونية الذين يبدعون في تجميل أشكالها، والتحسين من خدماتها، وهذا ما يفسّر الانجذاب الكبير للشباب نحوها.

– قلة الموضوعات التي تتناولها بعض المواقع الإسلامية، إذ تعالج قضايا محدودة جدّا ضمن إطار محدود، ومع ذلك لا تراعي واقع الناس واهتماماتهم إذ تدرج مواضيع قديمة لا يهتم النّاس بها، والأولى بها الاهتمام بمشاكل الناس واقتراح الحلول لها، وتنطبق هذه النقطة على المواقع الإسلامية الجزائرية.

– عدم التحديث الآني لمحتوى المواقع الإسلامية، فمن هذه المواقع من لم يتم تجديد محتواه منذ إنشائه، وكفى به عاملا لتنفير الزّوار عن الموقع لأنه غير حيوي ولا يساير التطورات، عكس بعض المواقع التي تهتم كثيرا بتحديث محتوياتها " إذ تقدّم شركة ديزني على الموقع

---

[1] – شبكة الرشيد العراقية: عن موقع: "www. Alrasheed net. Com "، تاريخ الزيارة: 18- 03- 2010م.

www. Disneyblast. Com مثالا ممتازا لاستخدام موقعها في مجال التسلية، حيث أنها تحدّث موقعها يوميا وإن ما بين (25 –20) لعبة وقصص جديدة تضاف أسبوعيا لتحديث محتوى الموقع " [1].

والملاحظات الثلاث التي سبقت لا تنفي اهتمام بعض المواقع الإسلامية بالتصميم الفني والتقني لها، وكذا محاولة إثراء محتواها وتجديده في أقصر مدة ممكنة، ومن هذه المواقع موقع " إسلام أون لاين"، " الشبكة الإسلامية"...الخ.

– " مشكلة الدّعم المادي: وهو عائق تشترك فيه معظم المواقع الإسلامية، فليست هناك جهات مسؤولة عن توفير الدعم المادي المتواصل لهذه المواقع، وأغلبها يتأسس من دعم فردي أو زكاة أو بعض الهبات من الأغنياء، وتبقى هذه المساعدات مقطوعة أي أنها ليست مستمرة، وبالتالي فإن كثيرا من المواقع الإسلامية يموت بعد فترة بسبب انقطاع شريان المادة عنه، ونلاحظ هذا في المواقع الإسلامية من خلال تخصيص ركن من أجل جمع مساعدات الزّوار تحت عنوان: " ادعم الموقع" وغيره من العناوين، وعلى هذا يجب على المشرفين على هذه المواقع إيجاد مصادر تمويل مستمرة لضمان استمرار نشر الدعوة الإسلامية من خلال هذه الوسيلة.

وهذا الأمر في الحقيقة ليس خاصا بالقائمين على الدعوة عبر الإنترنت، بل هو آفة العالم الثالث عموما والعالم العربي والإسلامي على الخصوص حيث " [2] " نجد أن الخطط والسياسات العلمية والتكنولوجية في الوطن العربي – إن وجدت– فإنها تفتقد إلى وضوح الهدف، وبعد النظر، وعمق الفكرة، لأنها في غالبيتها ارتجالية، آنية، غير مدروسة " [3].

– الخليط الفكري المنوّع: فنجد التشرذم واضحا في المواقع الإسلامية، هذا إذا لم تكن هناك حرب إلكترونية بينها، فقد انسكب الإسلام بكل تنويعاته وتفريعاته على الواقع الافتراضي عاكسا تعدّدية لا نهائية، وإفراطا في التّمايز: فرقي (سنّي، شيعي)، مذهبي (حنفي، شافعي)، حزبي (إخواني، جهادي)...، فبالنسبة للمواقع السلفية – مثل موقع الشيخ أبو إسحاق الحويني – فهي تهتم في الأساس بالتوحيد والعقيدة، والتزام النّصوصية والظاهرية ورفض التأويل، ومعظمها يدور في إطار العقائد وتنقيتها ومحاربة بدع الأضرحة، مثل موقعا الشيخين:

---

[1] – نجم عبود نجم: الإدارة والمعرفة الإلكترونية؛ الاستراتيجية، الوظائف، المجالات (عمان: دار اليازوري العلمية، ط (1)، 2009م)، ص (370).

[2] – عيسى بوعافية: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص (88).

[3] – عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت؛ دراسة لمعرفة استخداماتها في مجال الإعلام (بيروت: دار الراتب الجامعية، ط(1)، 2001م)، ص (161). نقلا عن: عيسى بوعافية: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص (88).

ابن باز وابن عثيمين، أما المواقع الشّيعية فمن أمثلتها موقع " الشيخ محمد علي التسخيري" الأمين العام للمجمع العالمي للتقريب بين المذاهب الإسلامية ...، وعلى هذا فإنه لا توجد وحدة فكرية أو على الأقل خطوط رئيسية مشتركة بين هذه المواقع، فأصبح كل موقع يعبّر عن فكر صاحبه، وبالتالي يتشتت الزائر الغريب بين هذه المناهج ولا يعرف ما هو الصحيح أو ما هي نقطة البداية، مع الإشارة إلى أن هذا الكلام لا ينطبق على جميع المواقع الإسلامية.

– توجّه المواقع الإسلامية خطابها إلى المسلمين كافة، سواء في الدول الإسلامية أو الأقليات المسلمة في مختلف الدول، كما أنها تتوجّه بالخطاب إلى غير المسلمين فتعرّفهم بالدين الإسلامي، وتعالج مختلف القضايا الإقليمية والعالمية بخلفية إسلامية، وهذا ما يتّفق وشمولية الإسلام، فالدين الإسلامي ليس حكرا على قوم معيّنين أو منطقة محدّدة، إنما هو دين عالمي.

لذلك فمعظم المواقع الإسلامية تعرض محتوياتها – إضافة إلى اللغة العربية – بعدة لغات عالمية: الفرنسية، الإنجليزية، الإسبانية...الخ، من أمثلة هذه المواقع: موقع " الإسلام"، " إسلام أون لاين"، " الإسلام سؤال وجواب"...، وتوجد عدة مواقع موجهة لغير المسلمين تختلف عن المواقع الموجّهة للمسلمين في طبيعة الموضوعات المعالجة، وكذا أسلوب وطريقة طرح هذه الموضوعات، مثل: أمثلة من الإنترنت.

– نلاحظ أن بعض المواقع الإسلامية تعالج قضايا هامة وعصرية تمس اهتمامات مختلف شرائح المجتمع، وتعالج بعض مشاكل مختلف الفئات العمريّة: أطفال، شباب، رجال، نساء...، من منظور إسلامي، أما البعض الآخر فتكتفي بعرض موضوعات قليلة جدا أغلبها لا يمس اهتمامات المجتمع.

– " كثرة المواقع والصفحات الإسلامية وعدم وجود دليل واضح لتصنيفها وتنظيمها وتحقيق نوع من التنسيق والتكامل بينها، لأننا كثيرا ما نجد – رغم وجود بعض الأدلة والتّصنيفات – أن المواقع مكرّرة ومتداخلة رغم اختلاف تسمياتها، وكثيرا ما يفاجأ المستخدم بأن بعض المواقع الموجودة في الدليل غير إسلامية، وربّما تنشر مواد تسيء للإسلام، وهذا يوحي بأن القائمين على التصنيف لا يخضعون تلك المواقع للاختبار وإنما يكتفون في تصنيفهم على العنوان، وهذا يحتّم على الدعاة أن يجدوا حلا لهذه المشكلة لكي يحقّقوا ما يصبون إليه،

كما يفاجأ المستخدم عندما يجد مجموعة من المواقع ذات تسميات مختلفة، وعند زيارتها يجدها موقعا واحدا ومادتها العلمية مكرّرة"[1].

ومن المستغرب حقا أن المستخدم الذي يعتمد على محركات البحث الإسلامية التي تصنف المواقع وتوفّر لها أدلة يفاجأ عندما يجد مواقع لدعاة غير معروفين – وهذا طبعا لاغبار عليه– بينما هناك أسماء لامعة في سماء الدعوة لا يجدها ضمن تلك التصنيفات والأدلة، رغم أن لأولئك الدعاة مواقع خاصة.

وهذا إن دلّ على شيء فإنما يدل على تحيّز القائمين على تلك الأدلة والتصنيفات لمذهب فكري إقصائي، والحريّ بهم أن يكونوا حياديين وألا يحرموا الناس مما عند أولئك من الحق، وأن يدركوا أن كل أحد يؤخذ من كلامه ويردّ إلا المعصوم – صلى الله عليه وسلم–.

– " عزوف بعض الدعاة عن استخدام الإنترنت في الدعوة إلى الله، وهذا سلوك سلبي يجب على الدعاة أن يترّهوا أنفسهم عنه، خاصة وأن هذه الوسيلة سهلة الاستعمال ومتوفّرة وفعّالة، وهي لسان العصر، وقد أمروا شرعا أن يخاطبوا كل قوم باللسان الذي يفهمونه" [2].

[1] – عيسى بوعافية: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص (87).

[2] – عيسى بوعافية: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص (88).

الفصل الرابع: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت

المبحث الأول: خصائص أفراد عينة الدراسة

1- النوع والتخصص العلمي

المبحث الثاني: عادات تصفح أفراد عينة الدراسة للمواقع الإسلامية

2- مدة استخدام الإنترنت

3- عدد ساعات استخدام الإنترنت

4- درجة تصفح المواقع الإسلامية

5- أسباب عدم تصفح المواقع الإسلامية

6- عدد ساعات تصفح المواقع الإسلامية

7- بداية تصفح المواقع الإسلامية

8- كيفية تصفح المواقع الإسلامية

9- مصادر التعرف على المواقع الإسلامية المتصفحة

10- آراء المبحوثين في استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية

المبحث الثالث: أنماط تصفح أفراد عينة الدراسة للمواقع الإسلامية

11- أسماء بعض المواقع الإسلامية المتصفحة

12- أسباب تفضيل مواقع إسلامية على أخرى

13- المواقع الإسلامية الأكثر استقطابا

14- أسباب تفضيلها

15- لغة المواقع الإسلامية المتصفحة

16- أسباب تفضيل مواقع إسلامية بلغات معينة على أخرى

17- آراء المبحوثين في عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت

18- أفضل المواقع الإسلامية

19- أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية

20- أسباب تصفح المواقع الإسلامية

21- الأركان التي يهتم بها المبحوث في المواقع الإسلامية

22- الخدمات التفاعلية التي تستغل في المواقع الإسلامية

23- المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية

الفصل الرابع: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت

في هذا الفصل سنقوم بالتعليق على الجداول الخاصة بعادات وأنماط استخدام أفراد عينة الدراسة للمواقع الإسلامية، ويبين هذا الفصل درجة تصفح المبحوثين للمواقع الإسلامية، والمدة التي يقضونها في ذلك، والكيفية التي يتصفحونها بها، وأهم المواقع الإسلامية التي يتصفحونها، وأسباب تفضيلها على غيرها من المواقع، ودوافع تصفحها ...الخ، ويعتبر فصل العادات والأنماط مدخل مهم لمعرفة وتفسير اتجاهات المبحوثين نحو المواقع الإسلامية، وكذا تفسير آثار المواقع الإسلامية على المتصفحين، وفيما يأتي عرض للنتائج المتوصل إليها:

المبحث الأول: خصائص أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (1): **توزيع عينة الدراسة حسب النوع والتخصص العلمي:**

النوع / التخصص العلمي	الذكور		الإناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية	59	% 59	89	44.5%	148	% 49.33
كلية العلوم	41	% 41	111	55.5%	152	50.67%
المجموع	**100**	100%	**200**	% 100	**300**	% 100

يوضح الجدول رقم (1) ما يأتي:

يقدر عدد أفراد عينة هذه الدراسة بـــ 300 طالب وطالبة، عدد الذكور 100 و عدد الإناث 200 موزعين على كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية وكلية العلوم من جامعة الحاج لخضر –باتنة– كالآتي:

* 148 طالب وطالبة من كلية ع.اج و ع.إس بنسبة % 49.33: (59 ذكر بنسبة % 59، و 89 أنثى بنسبة % 44.5).

* 152 طالب وطالبة من كلية العلوم بنسبة % 50.67: (41 ذكر بنسبة % 41، و 111 أنثى بنسبة % 55.5).

المبحث الثاني: عادات استخدام المواقع الإسلامية:

نتناول فيما يأتي عادات تصفح المبحوثين للمواقع الإسلامية، درجة تصفح المواقع الإسلامية، أسباب عدم التصفح، مدة التصفح ... كالآتي:

2- مدة استخدام الإنترنت:

أ- مدة استخدام الإنترنت والنوع:

جدول رقم (2): توزيع عينة الدراسة حسب مدة استخدام الإنترنت والنوع.

النوع / مدة استخدام الإنترنت	الذكور		الإناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
من سنة إلى 3 سنوات	46	46 %	131	65.5 %	177	59 %
من 4 سنوات إلى 6 سنوات	21	21 %	25	12.5 %	46	15.33 %
6 سنوات فأكثر	31	31 %	21	10.5 %	52	17.33 %
لا أستخدمها	02	02 %	23	11.5 %	25	8.33 %
المجموع	100	100 %	200	100 %	300	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 30.8 درجة حرية = 3	كا ^{2} الجدولية = 7.81 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يتضح من الجدول رقم (2) ما يأتي:

- يستخدم الإنترنت 275 طالب وطالبة من مجموع أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم 300 طالب وطالبة أي بنسبة % 91.67 .
- 25 طالب وطالبة لا يستخدمون الإنترنت بنسبة % 8.33.

*** من هذه النتائج نستخلص أن الاستخدام الاجتماعي للإنترنت مازال في طور التشكيل أو الصياغة رغم السرعة التي تطورت بها الإنترنت واقتحامها العديد من الميادين: المؤسسات الحكومية، ومؤسسات التعليم، والمنشآت الاقتصادية والثقافية.**

*** رغم أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الإنترنت (% 91.67) إلا أن نسبة (% 8.33) لا يستخدمونها، يمكن إرجاع ذلك إلى الأسباب الآتية:**

- عدم رغبة بعض أفراد عينة الدراسة في استعمال الإنترنت، لأن في اعتقادهم أن مصادر المعلومات هي الكتب، وهذا ما صرح به البعض أثناء المقابلة الشخصية معهم.

- يرجع البعض أسباب عدم الاستخدام إلى ضيق الوقت.

- عدم توفر خدمة الإنترنت في البيت، وكذا في بعض المعاهد، وغلاء ثمن الخدمة في مقاهي الإنترنت، في حين تنتشر بكثافة في بعض المجتمعات العربية، فالشباب الإماراتي يتميز بامتلاك كل المعدات التكنولوجية التي تجعله يعيش في بيئة من الثقافة والتسلية والاتصال، إذ تؤكد البيانات الإحصائية التي تضمنتها الدراسة[1] ثراء البيوت الإماراتية بالمعدات التكنولوجية الحديثة...إن الشباب الإماراتي مجهز بالحاسوب الشخصي أكثر من الدول المتقدمة، ويتمتع أكثر من 8 أفراد من ضمن 10بخدمات الإنترنت في البيت.

*** من جهة أخرى فإن زيادة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للإنترنت يفسّر نظرتهم للإنترنت بأنه مصدر مهم لـ: المعلومات، التسلية والترفيه، الثقافة الإسلامية...الخ.**

- يستخدم الإنترنت من سنة إلى ثلاث سنوات 177 مفردة من مجموع 300 مفردة من مفردات عينة الدراسة بنسبة % 59، وتفوق نسبة الإناث (وتقدر بـ: % 65.5) على نسبة الذكور (والتي تقدر بـ: % 46).

- يستخدم الإنترنت من أربع سنوات إلى ست سنوات 46 مفردة من أصل 300 مفردة من مفردات عينة الدراسة بنسبة % 15.33، مع ملاحظة تفوق نسبة الذكور % 21 على نسبة الإناث 12.5%.

- يستخدم الإنترنت منذ ست سنوات فأكثر 52 مفردة من مجموع 300 مفردة من أفراد عينة الدراسة بنسبة تقدر بـــ: % 17.33، وتتفوق نسبة الذكور % 31 على نسبة الإناث % 10.5.

- 25 طالب وطالبة من مجموع 300 مفردة من أفراد عينة الدراسة لايستخدمون الإنترنت بنسبة % 8.33، مع ملاحظة تفوق نسبة الإناث (% 11.5) على نسبة الذكور (% 2).

- نلاحظ أن نسبة الذكور الذين يستخدمون الإنترنت والتي تقدربـــ: % 98 أكبر من نسبة الإناث اللاتي يستخدمنها وتقدر بـــ: % 88.5، ولا شك أن وراء هذه النتيجة أسباب منها:

* هامش الاستقلالية الذي يتمتع به الشاب والذي يعدّ أكبر من ذاك الذي تتمتع به البنت.

* مسؤولية الإناث الاجتماعية والأسرية داخل البيت أكبر من مسؤوليات الذكور.

---

[1] - نصر الدين لعياضي: الشباب الإماراتي والإنترنت؛ استخدام الإنترنت والسلوك الثقافي، مجلة الإذاعات العربية، ع 3، (2005م)، ص 89.

ويؤيد هذا (نسبة مستخدمي الإنترنت من الذكور أعلى من نسبة الإناث) عدة دراسات* منها:

*دراسة أحمد عبدلي، حيث تبين من خلالها أن غالبية المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت ذكور إذ يمثلون نسبة 79.52 % مقابل 20.47 % من الإناث[1].

ومن خلال كا ^{2} المحسوبة (كا ^{2} = 30.8) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 3 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) فإنه توجد علاقة فارقة بين الذكور والإناث في مدة استخدامهم للإنترنت.

* منها دراسة محمد لعقاب: مجتمع الإعلام والمعلومات؛ دراسة استكشافية للإنترنيتيين الجزائريين.

1- أحمد عبدلي: مستخدمو الإنترنت؛ دراسة ميدانية بولايتي سطيف وقسنطينة، مرجع سابق، ص (222).

ب- مدة استخدام الإنترنت والتخصص العلمي:

جدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة حسب مدة استخدام الإنترنت والتخصص العلمي

التخصص العلمي / مدة استخدام الإنترنت	كلية العلوم		كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
من سنة إلى 3 سنوات	79	51.97 %	98	66.22 %	177	59 %
من 4 سنوات إلى 6 سنوات	28	18.42 %	18	12.16 %	46	15.33 %
6 سنوات فأكثر	25	16.45 %	27	18.24 %	52	17.33 %
لا أستخدمها	20	13.16 %	05	3.38 %	25	8.33 %
المجموع	152	100 %	148	100 %	300	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 13.13 درجة حرية = 3	كا ^{2} الجدولية = 7.81 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (3) أعلاه ما يأتي:

- يستخدم الإنترنت من سنة إلى ثلاث سنوات ما نسبته % 51.97 من طلبة وطالبات كلية العلوم، و % 66.22 من طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

- يستخدم الإنترنت من أربع سنوات إلى ست سنوات ما نسبته % 18.42 من طلبة وطالبات كلية العلوم و % 12.16 من طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

- % 16.45 من طلبة وطالبات كلية العلوم يستخدمون الإنترنت منذ ست سنوات فأكثر، مقابل % 18.24 من طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

- لا يستخدم الإنترنت 20 طالب وطالبة من كلية العلوم بنسبة % 13.16، و 05 طلبة وطالبات من كلية ع. اج و ع. إس بنسبة % 3.38، أي أن عدد طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لا يستخدمون الإنترنت يفوق عدد طلبة وطالبات كلية ع. اج و ع. إس الذين لا يستخدمونها، ربما يرجع السبب في ذلك إلى طبيعة المواد المدرسة في كلا التخصصين، فأكثر

البحوث في التخصصات العلمية ميدانية لا يحتاج فيها الطلبة إلى الرجوع إلى الإنترنت، عكس بحوث العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية التي من بين مراجعها الإنترنت، وربما يرجع هذا التفاوت في استخدام الإنترنت إلى أسباب أخرى.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول، حيث بلغت قيمته المحسوبة (كا ^{2} المحسوبة= 13.13) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2} = 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه توجد علاقة فارقة بين التخصصين ومدة استخدام الإنترنت، فيبدو من الجدول أن نسبة طلبة وطالبات كلية ع. اج و ع. إس الذين يستخدمون الإنترنت من سنة إلى ثلاث سنوات والتي تقدر بــ:(% 66.22) أكبر من نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم (% 51.97) الذين يستخدمونها خلال المدة نفسها، بالمقابل فإن نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يستخدمون الإنترنت من أربع سنوات إلى ست سنوات (% 18.42) أكبر من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس (% 12.16) الذين يستخدمونها خلال المدة نفسها، وتتقارب نسبتي الكليتين فيما يخص استخدام الإنترنت منذ ست سنوات فأكثر.

3- عدد ساعات استخدام الإنترنت في اليوم:

أ- عدد ساعات استخدام الإنترنت في اليوم والنوع:

جدول رقم (4): توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات استخدام الإنترنت في اليوم والنوع

النوع / عدد ساعات الاستخدام في اليوم	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
من ساعة إلى 3 ساعات	82	83.67 %	158	89.27 %	240	87.27 %
من 4 ساعات إلى 6 ساعات	15	15.31 %	10	05.65 %	25	09.09 %
6 ساعات فأكثر	01	01.02 %	03	1.69 %	04	1.46 %
حسب الظروف	00	00 %	06	3.39 %	06	02.18 %
المجموع	98	100 %	177	100 %	275	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 10.2	كا ^{2} الجدولية = 7.81					
درجة حرية = 3	عند مستوى الدلالة (0.05).					

توضح بيانات الجدول رقم (4) ما يأتي:

- حازت نسبة استخدام الإنترنت من ساعة إلى ثلاث ساعات في اليوم من قبل أفراد العينة أعلى نسب ساعات الاستخدام إذ بلغت % 87.27 مع ملاحظة أن نسبة الإناث (% 89.27) أعلى من نسبة الذكور (% 83.67)، نظرا لانشغال الطلبة والطالبات بالدراسة.

- تليها النسبة % 9.09 وتمثل نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمون الإنترنت من 4 ساعات إلى 6 ساعات في اليوم، ونلاحظ تفوق نسبة الذكور (% 15.31) على نسبة الإناث (% 5.65).

- ثم % 2.18 من أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمونها حسب الظروف، تقدر نسبة الذكور بـــ: % 0 ونسبة الإناث % 3.39.

- وأخيرا النسبة % 1.46 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون الإنترنت 6 ساعات فأكثر في اليوم، قدرت نسبة الذكور بـــ: % 1.02 ونسبة الإناث % 1.69.

يلاحظ أن عدد الذكور والإناث الذين يستخدمون الإنترنت 6 ساعات فأكثر في اليوم قليل (4 أفراد) بنسبة 1.46 % يفسر ذلك بـــ: ضيق الوقت لدى أفراد عينة الدراسة، غلاء أسعار خدمة الإنترنت، انعدام الإنترنت عند البعض...الخ.

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 10.2) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) فإنه توجد علاقة فارقة بين الذكور والإناث في عدد ساعات استخدام الإنترنت في اليوم، فالذكور يمكثون ساعات أطول أمام الإنترنت مقارنة بالإناث.

ب- عدد ساعات استخدام الإنترنت في اليوم والتخصص العلمي:

جدول رقم (5): توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات استخدام الإنترنت في اليوم والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / عدد ساعات الاستخدام في اليوم	كلية العلوم		كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
من ساعة إلى 3 ساعات	108	81.82 %	132	92.31 %	240	87.27 %
من 4 ساعات إلى 6 ساعات	17	12.88 %	08	05.59 %	25	09.09 %
6 ساعات فأكثر	02	1.51 %	02	01.40 %	04	01.46 %
حسب الظروف	05	03.79 %	01	0.70 %	06	02.18 %
المجموع	**132**	100 %	**143**	100 %	**275**	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 7.86 درجة حرية = 3	كا ^{2} الجدولية = 7.81 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يتضح من الجدول رقم (5) أعلاه الآتي:

- يستخدم الإنترنت من ساعة إلى 3 ساعات في اليوم نسبة 81.82 % من طلبة وطالبات كلية العلوم، ونسبة 92.31 % من طلبة وطالبات كلية ع. اج و ع.إس.

- يستخدم الإنترنت من 4 ساعات إلى 6 ساعات في اليوم 12.88 % من طلبة وطالبات كلية العلوم، وهي تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس التي تقدر بـــ: % 5.59.
- يستخدم الإنترنت 6 ساعات فأكثر في اليوم 1.51 % من طلبة وطالبات كلية العلوم، وهي متقاربة مع نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس التي تقدر بـــ: % 1.40.
- تمثل النسبة 3.79 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يستخدمون الإنترنت حسب ظروفهم، وهي أكبر من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس التي تقدر بـــ: % 0.70.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول (كا ^{2} المحسوبة= 7.86) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه توجد علاقة فارقة بين التخصصين في عدد ساعات استخدام الإنترنت في اليوم.

4- درجة تصفح المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت:

أ- درجة تصفح المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت والنوع:

جدول رقم (6): توزيع عينة الدراسة حسب درجة تصفح المواقع الإسلامية والنوع.

النوع / درجة تصفح المواقع الإسلامية	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
دائما	03	03.06 %	15	08.47 %	18	06.54 %
غالبا	15	15.31 %	17	09.60 %	32	11.64 %
أحيانا	46	46.94 %	74	41.81 %	120	43.64 %
نادرا	13	13.26 %	30	16.95 %	43	15.64 %
أبدا	21	21.43 %	41	23.16 %	62	22.54 %
المجموع	98	100 %	177	100 %	275	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 5.56 درجة حرية = 4	كا ^{2} الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يبين الجدول رقم (6) أعلاه ما يأتي:

- يتصفح المواقع الإسلامية **دائما** 18 طالب و طالبة من مجموع 300 مفردة من مفردات عينة الدراسة بنسبة تقدربــ: % 6.54، نسبة الإناث % 8.47 وهي أعلى من نسبة الذكور التي تقدر بـــ: % 3.06.

- يتصفح المواقع الإسلامية **غالبا** 32 طالب وطالبة من مجموع 300 مفردة من مفردات عينة الدراسة بنسبة % 11.64، نسبة الذكور % 15.31 وهي أعلى من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 9.60.

- يتصفح المواقع الإسلامية **أحيانا** 120 طالب وطالبة من مجموع 300 مفردة من مفردات عينة الدراسة بنسبة % 43.64، تمثل نسبة الذكور % 46.94، ونسبة الإناث % 41.81.

- يتصفح المواقع الإسلامية **نادرا** 43 طالب وطالبة بنسبة % 15.64، تمثل نسبة الذكور % 13.26، ونسبة الإناث % 16.95.

- لا يتصفح المواقع الإسلامية 62 طالب وطالبة من مجموع 300 مفردة من مفردات عينة الدراسة بنسبة تقدر بـــ: % 22.54، نسبة الذكور % 21.43، ونسبة الإناث % 23.16.

* نلاحظ أن عدد متصفحي المواقع الإسلامية في هذه الدراسة كبير نوعا ما (213) طالب وطالبة بنسبة 77.46 %، يفسر ذلك بحاجة المبحوثين إلى هذه المواقع سواء في المجال الدراسي أو في الأمور الحياتية الأخرى.

* من جهة أخرى نلاحظ أن عدد الذين لا يتصفحون المواقع الإسلامية كبير نوعا ما إذ يقدر بـــ: 62 طالب وطالبة بنسبة 22.54 %.

* نلاحظ أيضا أن نسبة تصفح المواقع الإسلامية أحيانا احتلت أعلى النسب، ويفسر هذا بأن لأفراد عينة الدراسة نشاطات وارتباطات أخرى تشغلهم عن التصفح الدائم للمواقع الإسلامية.

بعد تطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول وجدنا (كا ^{2} المحسوبة= 5.56) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإن جنس المبحوثين لا يتحكم في درجة تصفحهم للمواقع الإسلامية.

ب- درجة تصفح المواقع الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (7): توزيع عينة الدراسة حسب درجة تصفح المواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / درجة تصفح المواقع الإسلامية	كلية العلوم		كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
دائما	06	4.55 %	12	08.39 %	18	06.54 %
غالبا	08	06.06 %	24	16.78 %	32	11.64 %
أحيانا	50	37.88 %	70	48.95 %	120	43.64 %
نادرا	20	15.15 %	23	16.08 %	43	15.64 %
أبدا	48	36.36 %	14	09.79 %	62	22.54 %
المجموع	132	100 %	143	100 %	275	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 31.73 درجة حرية = 4	كا ^{2} الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يتضح من الجدول رقم (7) ما يأتي:

- يتصفح المواقع الإسلامية **دائما** 4.55 % من طلبة وطالبات كلية العلوم، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس التي تقدربـــ: 8.39 %.

- يتصفح المواقع الإسلامية **غالبا** 6.06 % من طلبة وطالبات كلية العلوم، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحونها غالبا والتي تقدر بـــ: 16.78 %.

- 37.88 % هي نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحون المواقع الإسلامية **أحيانا**، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحونها أحيانا وتقدر بـــ: 48.95 %.

- تتقارب نسبتي تصفح المواقع الإسلامية **نادرا** بين التخصصين، إذ تقدر عند كلية العلوم بـــ: 15.15%، وعند كلية ع.اج و ع.إس بـــ: 16.08 %.

- لا يتصفح المواقع الإسلامية 36.36 % من طلبة وطالبات كلية العلوم، وهي تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين لا يتصفحون المواقع الإسلامية والتي تقدر بـــ: 9.79 %.

* نلاحظ أن نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحون المواقع الإسلامية (90.2 %) تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحونها (63.64 %)، يرجع السبب في هذا إلى طبيعة كل تخصص ، فطلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس يحتاجون إلى الرجوع إلى المواقع الإسلامية في بحوثهم وبعض المعلومات التي يحتاجونها، بينما لا نلمس هذه الحاجة عند طلبة وطالبات كلية العلوم، يمكن أيضا إرجاع سبب هذا التفاوت بين التخصصين في تصفح المواقع الإسلامية إلى عدم شهرة هذه الأخيرة بين طلبة وطالبات كلية العلوم وكذا الكليات العلمية الأخرى.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على بيانات الجدول أعلاه فإن (كا ^{2} المحسوبة= 31.73) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه توجد علاقة فارقة بين متغير التخصص العلمي ودرجة تصفح المواقع الإسلامية، فطلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس يتجهون أكثر نحو المواقع الإسلامية مقارنة بطلبة وطالبات كلية العلوم، ومنه فإن للتخصص العلمي دور مهم في تحديد درجة الاتجاه نحو المواقع الإسلامية.

5- أسباب عدم تصفح المواقع الإسلامية:

أ- أسباب عدم تصفح المواقع الإسلامية والنوع:

جدول رقم (8): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم تصفح المواقع الإسلامية والنوع.

النوع / أسباب عدم التصفح	**ذكور**		**إناث**		**المجموع**	
	ت	%	ت	%	ت	%
لا أهتم لها	03	15 %	07	15.22 %	10	15.15 %
لا تفيدني	00	00 %	00	00 %	00	00 %
لا وقت لدي	14	70 %	30	65.22 %	44	66.67 %
لا أثق بها	03	15 %	05	10.87 %	08	12.12 %
أسباب أخرى	00	00 %	04	08.70 %	04	06.06 %
المجموع	20	100 %	46	100 %	66	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 1.96 درجة حرية = 4	كا ^{2} الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة (0.05).					

تبين أرقام ونسب الجدول رقم (8) أعلاه ما يأتي:

- تمثل النسبة % 15 نسبة الذكور الذين لا يتصفحون المواقع الإسلامية لأنهم لا يهتمون لها، مقابل %15.22 من الإناث.

- عدم الاستفادة من المواقع الإسلامية ليس سببا لعدم تصفحها عند كل من الذكور (% 0) والإناث (% 0).

- معظم أفراد عينة الدراسة الذين لايتصفحون المواقع الإسلامية يرجعون السبب إلى ضيق الوقت وتقدر نسبتهم بـــ: % 66.67، الذكور بنسبة % 70 والإناث بنسبة % 65.22.

- لا يتصفح المواقع الإسلامية % 12.12 من المبحوثين لأنهم لا يثقون بها، نسبة الذكور % 15، وهي تزيد على نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 10.87.

- لا يوجد من الذكور من لا يتصفح المواقع الإسلامية لأسباب أخرى غير الأسباب المذكورة، بينما تقدر نسبة الإناث بـــ: % 8.70 من هذه الأسباب: عدم وجود الإنترنت في البيت، غلاء ثمن الخدمة في مقاهي الإنترنت، وجود مصادر أخرى تعوض المبحوث عن المواقع الإسلامية.

* ذكر بعض المبحوثين أنه من أسباب عدم الثقة في بعض المواقع الإسلامية كثرة المفتين وتعدد الآراء والفتاوى في المسألة الواحدة.

* يعتبر ضيق الوقت عامل رئيسي في عدم تصفح % 66.67 من أفراد العينة للمواقع الإسلامية نظرا للارتباطات الدراسية وكذا الالتزامات الاجتماعية الأخرى.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 1.96) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإن متغير النوع لا يؤثر في أسباب عدم تصفح المواقع الإسلامية.

ب- أسباب عدم تصفح المواقع الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (9): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم تصفح المواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / أسباب عدم التصفح	كلية العلوم		كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
لا أهتم لها	09	17.31 %	01	7.14 %	10	15.15 %
لا تفيدني	00	00 %	00	00 %	00	00 %
لا وقت لدي	33	63.46 %	11	78.57 %	44	66.67 %
لا أثق بها	06	11.54 %	02	14.29 %	08	12.12 %
أسباب أخرى	04	07.69 %	00	00 %	04	06.06 %
المجموع	52	100 %	14	100 %	66	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 2.23 درجة حرية = 4	كا ^{2} الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (9) أعلاه الآتي:

- تمثل النسبة % 17.31 نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لا يتصفحون المواقع الإسلامية بسبب عدم الاهتمام بها، مقابل % 7.14 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- تمثل النسبة 63.46 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لا يتصفحون المواقع الإسلامية بسبب ضيق الوقت، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين لا يتصفحونها للسبب نفسه والتي تقدر بـــ: 78.57 %.

- 11.54 % هي نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لا يتصفحون المواقع الإسلامية لأنهم لا يثقون بها، مقابل نسبة 14.29 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين لا يتصفحون المواقع الإسلامية للسبب نفسه، والنسبتين متقاربتين.

- 7.69 % هي نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لا يتصفحون المواقع الإسلامية لأسباب أخرى غير الأسباب المذكورة، بينما لا توجد أسباب أخرى غير الأسباب المذكورة تدفع طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس إلى عدم تصفح المواقع الإسلامية.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 2.23) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإن متغير التخصص العلمي ليس له علاقة بأسباب عدم تصفح المواقع الإسلامية.

6–عدد ساعات تصفح المواقع الإسلامية في الأسبوع:

أ– عدد ساعات تصفح المواقع الإسلامية في الأسبوع والنوع:

جدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات تصفح المواقع الإسلامية في الأسبوع والنوع.

النوع / عدد ساعات التصفح في الأسبوع	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
أقل من ساعة	52	67.53 %	77	56.62 %	129	60.56 %
من ساعة إلى أقل من ساعتين	20	25.97 %	40	29.41 %	60	28.17 %
من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات	03	03.90 %	11	08.09 %	14	06.57 %
3 ساعات فأكثر	02	02.60 %	07	05.15 %	09	04.23 %
حسب الظروف	00	00 %	01	0.73 %	01	0.47 %
المجموع	77	100 %	136	100 %	213	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 3.77 درجة حرية = 4	كا ^{2} الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يتضح من الجدول رقم (10) أعلاه عدة نتائج أهمها ما يأتي:

يتصفح المواقع الإسلامية أقل من ساعة في الأسبوع نسبة % 60.56 وتمثل أعلى نسبة في الجدول، نسبة الذكور % 67.53 وهي أعلى من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 56.62.

– تليها النسبة % 28.17 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من ساعة إلى أقل من ساعتين في الأسبوع، تتوزع على الذكور بنسبة % 25.97، والإناث بنسبة % 29.41، مع ملاحظة تفوق نسبة الإناث على نسبة الذكور.

– تليها النسبة % 6.57 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات في الأسبوع، يمثل الذكور فيها نسبة % 3.90، والإناث نسبة % 8.09 أي أن نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور.

- ثم النسبة 4.23 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية 3 ساعات فأكثر في الأسبوع، تتوزع على الذكور بنسبة 2.60 %، والإناث بنسبة 5.15 % مع ملاحظة تفوق نسبة الإناث على نسبة الذكور.

- وأخيرا النسبة 0.47 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية حسب ظروفهم، يمثل فيها الذكور 0 %، والإناث النسبة 0.73 %.

* من خلال ما سبق نلاحظ أن: نسبة الذكور الذين يتصفحون المواقع الإسلامية أقل من ساعة في الأسبوع أعلى من نسبة الإناث اللاتي يتصفحن المواقع الإسلامية أقل من ساعة في الأسبوع.

* من جهة أخرى فإن نسبة الإناث اللاتي يتصفحن المواقع الإسلامية ساعة فأكثر في الأسبوع تفوق نسبة الذكور، إذن مدة تصفح الإناث للمواقع الإسلامية في الأسبوع أطول من مدة تصفحها من طرف الذكور.

من خلال كا ^{2} المحسوبة (كا ^{2}= 3.77) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) فإنه لا توجد علاقة فارقة بين الذكور والإناث في عدد ساعات تصفحهم للمواقع الإسلامية في الأسبوع.

ب- عدد ساعات تصفح المواقع الإسلامية في الأسبوع والتخصص العلمي:

جدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب عدد ساعات تصفح المواقع الإسلامية في الأسبوع والتخصص العلمي.

عدد ساعات التصفح في الأسبوع / التخصص العلمي	كلية العلوم		كلية ع.إج و ع. إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
أقل من ساعة	59	69.41 %	70	54.69 %	129	60.56 %
من ساعة إلى أقل من ساعتين	21	24.71 %	39	30.47 %	60	28.17 %
من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات	03	03.53 %	11	08.59 %	14	06.57 %
3 ساعات فأكثر	02	02.35 %	07	05.47 %	09	04.23 %
حسب الظروف	00	00 %	01	0.78 %	01	0.47 %
المجموع	85	100 %	128	100 %	213	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 6.22 كا ^{2} الجدولية = 9.48 درجة حرية = 4 عند مستوى الدلالة (0.05).						

يتضح من خلال الجدول رقم (11) أعلاه ما يأتي:

- يتصفح المواقع الإسلامية أقل من ساعة في الأسبوع % 69.41 من طلبة وطالبات كلية العلوم، مقابل 54.69% من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- يتصفح المواقع الإسلامية من ساعة إلى أقل من ساعتين في الأسبوع نسبة % 24.71 من طلبة وطالبات كلية العلوم، مقابل نسبة % 30.47 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- يتصفح المواقع الإسلامية من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات في الأسبوع نسبة % 3.53 من طلبة و طالبات كلية العلوم، مقابل نسبة % 8.59 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- يتصفح المواقع الإسلامية 3 ساعات فأكثر في الأسبوع % 2.35 من طلبة وطاللبات كلية العلوم، مقابل نسبة % 5.47 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- لا يوجد من طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحون المواقع الإسلامية حسب الظروف، في حين تقدر نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحون المواقع الإسلامية حسب الظروف بـــ: % 0.78.

* نلاحظ أنه أكثر من نصف أفراد العينة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية يتصفحونها في أقل من ساعة في الأسبوع بنسبة تقدر بـــ: % 60.56، مقابل النسبة % 28.17 فقط من الطلبة

والطالبات الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من ساعة إلى أقل من ساعتين في الأسبوع، وهي مدة قصيرة إذا قورنت بعدد ساعات استخدام الإنترنت في اليوم من قبل أفراد العينة.

* نلاحظ أيضا أن عدد طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحون المواقع الإسلامية في أقل من ساعة في الأسبوع يفوق عدد طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحونها في المدة نفسها، بينما تزيد نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحون المواقع الإسلامية لمدة ساعة فأكثر عن نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم، إذن يقضي طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس مدة أطول من المدة التي يقضيها طلبة وطالبات كلية العلوم في تصفح المواقع الإسلامية.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على بيانات الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 6.22) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه لا توجد علاقة فارقة بين متغير التخصص العلمي وعدد ساعات تصفح المواقع الإسلامية في الأسبوع.

7- بداية تصفح المواقع الإسلامية:

أ- بداية تصفح المواقع الإسلامية والنوع:

جدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب بداية تصفح المواقع الإسلامية والنوع.

النوع / بداية تصفح المواقع الإسلامية	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
منذ نشأتها	07	09.09 %	08	5.88 %	15	07.04 %
حديثا	30	38.96 %	89	65.44 %	119	55.87 %
لا أدري	40	51.95 %	39	28.68 %	79	37.09 %
المجموع	77	100 %	136	100 %	213	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 14.05 كا ^{2} الجدولية = 5.99 درجة حرية = 2 عند مستوى الدلالة (0.05).						

يبين الجدول رقم (12) أعلاه ما يأتي:

- احتلت نسبة بداية تصفح المواقع الإسلامية حديثا من قبل المبحوثين المرتبة الأولى، حيث قدرت بـــ: 55.87%، تقدر نسبة الذكور بـــ: % 38.96، وهي أقل من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 65.44.

- جاءت في المرتبة الثانية نسبة الطلبة والطالبات الذين لا يدرون متى بدأوا تصفح المواقع الإسلامية وتقدر بـــ: % 37.09، نسبة الذكور % 51.95 ونسبة الإناث % 28.68، مع ملاحظة تفوق نسبة الذكور على نسبة الإناث.

- يتصفح المواقع الإسلامية منذ نشأتها % 7.04 من مجموع أفراد العينة، نسبة الذكور فيها % 9.09 وهي تفوق نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 5.88.

* نلاحظ أن عدد الطلبة والطالبات الذين بدأوا يتصفحون المواقع الإسلامية منذ نشأتها قليل مقارنة بعدد الذين بدأوا يتصفحونها حديثا، لأنه حين ظهرت المواقع الإسلامية لم تكن خدمة الإنترنت متوفرة بالشكل الذي هي عليه الآن، كما أن المواقع الإسلامية بدأت بسيطة الشكل والمحتوى وبعد ذلك تطورت وأصبحت ملفتة للانتباه.

* من جهة أخرى نلاحظ أن عدد الذكور الذين بدأوا يتصفحون المواقع الإسلامية منذ نشأتها أكبر من عدد الإناث اللاتي بدأن يتصفحنها منذ نشأتها، بالمقابل فإن عدد الإناث اللاتي بدأن يتصفحن المواقع الإسلامية حديثا أكبر من عدد الذكور، ذلك لأن نسبة الذكور الذين يستخدمون الإنترنت أعلى من نسبة الإناث، كما أن مدة بداية تصفح الذكور للإنترنت أطول من مدة بداية تصفح الإناث لها وهذا من خلال النتائج التي يوضحها الجدول رقم (2).

وقد تأكدت هذه الفروق بتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول، حيث أن (كا ^{2} المحسوبة= 14.05) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين للحرية عند مستوى الدلالة (0.05)، إذ أن هناك فروق بين الذكور والإناث في بداية تصفح المواقع الإسلامية.

ب- بداية تصفح المواقع الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (13): توزيع عينة الدراسة حسب بداية تصفح المواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / بداية تصفح المواقع الإسلامية	كلية العلوم		كلية ع.إج و ع.إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
منذ نشأتها	05	05.88 %	10	07.81 %	15	07.04 %
حديثا	43	50.59 %	76	59.38 %	119	55.87 %
لا أدري	37	43.53 %	42	32.81 %	79	37.09 %
المجموع	85	100 %	128	100 %	213	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 2.54 درجة حرية = 2	كا ^{2} الجدولية = 5.99 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يتضح من الجدول رقم (13) أعلاه ما يأتي:

- يتصفح المواقع الإسلامية منذ نشأتها % 5.88 من طلبة وطالبات كلية العلوم، و % 7.81 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إ س.

- يتصفح المواقع الإسلامية حديثا نسبة % 50.59 من طلبة وطالبات كلية العلوم، ونسبة % 59.38 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إ س.

- نسبة 43.53 % من طلبة وطالبات كلية العلوم لا يدرون متى بدأوا تصفح المواقع الإسلامية، وهي أكبر من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين لا يعلمون متى بدأوا تصفحها والتي تقدر بـــ: 32.81 %.

- نلاحظ تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس على نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم في تصفح المواقع الإسلامية منذ نشأتها وكذا تصفحها حديثا، بينما تتفوق نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لا يعلمون متى بدأوا تصفح المواقع الإسلامية.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 2.54) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين للحرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإن التخصص العلمي للمبحوثين لا يؤثر في بداية تصفحهم للمواقع الإسلامية.

8- كيفية تصفح المواقع الإسلامية:

أ- كيفية تصفح المواقع الإسلامية والنوع:

جدول رقم (14): توزيع عينة الدراسة حسب كيفية تصفح المواقع الإسلامية والنوع.

النوع / كيفية تصفح المواقع الإسلامية	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
بانتظام	03	03.90 %	07	05.15 %	10	04.69 %
بعشوائية	22	28.57 %	21	15.44 %	43	20.18 %
حسب الظروف	46	59.74 %	99	72.79 %	145	68.08 %
غير محددة	06	07.79 %	09	06.62 %	15	07.05 %
المجموع	77	100 %	136	100 %	213	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 5.66 — درجة حرية = 3	كا ^{2} الجدولية = 7.81 — عند مستوى الدلالة (0.05).					

دلت بيانات الجدول رقم (14) أعلاه على ما يأتي:

- يتصفح المواقع الإسلامية حسب الظروف 68.08 %، نسبة الذكور 59.74 % وهي أقل من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: 72.79 %.

- يتصفح المواقع الإسلامية بعشوائية % 20.18، نسبة الذكور % 28.57 ونسبة الإناث % 15.44، أي تفوّق نسبة الذكور على نسبة الإناث.

- نسبة % 7.05 من أفراد العينة لم يحددوا كيفية تصفحهم للمواقع الإسلامية، نسبة الذكور % 7.79 ونسبة الإناث % 6.62.

- يتصفح المواقع الإسلامية بانتظام % 4.69 من المبحوثين، تقدر نسبة الذكور بـــ: % 3.90 وهي أقل من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 5.15.

* نلاحظ أن عدد المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية بانتظام قليل جدا مقارنة بالذين يتصفحونها حسب الظروف، يفسر ذلك بانشغالهم بالدراسة وكذا الارتباطات الحياتية الأخرى، بالإضافة إلى أن احتياجات أفراد العينة إلى هذه المواقع تحدد كيفية استخدامهم لها.

* نلاحظ أيضا أن نسبة الذكور الذين يتصفحون المواقع الإسلامية بعشوائية أكبر من نسبة الإناث اللاتي يتصفحنها بعشوائية، بالمقابل نجد نسبة الإناث اللاتي يتصفحنها حسب ظروفهن أكبر من نسبة الذكور الذين يتصفحونها حسب ظروفهم.

ومن خلال كا ^{2} المحسوبة (كا ^{2}= 5.66) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 3 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإن متغير النوع لا يحدد كيفية تصفح المواقع الإسلامية.

ب- كيفية تصفح المواقع الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (15): توزيع عينة الدراسة حسب كيفية تصفح المواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / كيفية تصفح المواقع الإسلامية	كلية العلوم		كلية ع.إج و ع. إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
بانتظام	01	01.18 %	09	07.04 %	10	04.69 %
بعشوائية	16	18.82 %	27	21.09 %	43	20.18 %
حسب الظروف	64	75.29 %	81	63.28 %	145	68.08 %
غير محددة	04	04.71 %	11	08.59 %	15	07.05 %
المجموع	85	100 %	128	100 %	213	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 6.02 كا ^{2} الجدولية = 7.81 درجة حرية = 3 عند مستوى الدلالة (0.05).						

يبين الجدول رقم (15) أعلاه عدة نتائج أهمها:

- يتصفح المواقع الإسلامية حسب الظروف % 75.29 من طلبة وطالبات كلية العلوم وهي أعلى من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس التي تقدر بـــ: % 63.28.

- يتصفح المواقع الإسلامية بعشوائية % 18.82 من طلبة وطالبات كلية العلوم، مقابل نسبة % 21.09 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إ س.

- % 4.71 هي نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لم يحددوا كيفية تصفحهم المواقع الإسلامية، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين لم يحددوا كيفية تصفحهم المواقع الإسلامية والتي تقدر بـــ: % 8.59.

- يتصفح المواقع الإسلامية بانتظام % 1.18 من طلبة وطالبات كلية العلوم، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحونها بانتظام والتي تقدر بـــ: % 7.04.

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس أكثر انتظاما في تصفح المواقع الإسلامية من طلبة وطالبات كلية العلوم، ربما يرجع ذلك إلى حاجتهم الدائمة إلى هذه المواقع خاصة في بحوثهم الدراسية.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 6.02) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 3 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد علاقة فارقة بين التخصص العلمي وكيفية تصفح المواقع الإسلامية.

9- مصادر التعرف على المواقع الإسلامية المتصفحة:

أ- مصادر التعرف على المواقع الإسلامية المتصفحة والنوع:

جدول رقم (16): توزيع عينة الدراسة حسب مصادر التعرف على المواقع الإسلامية والنوع.

النوع / مصادر التعرف على المواقع الإسلامية	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
محركات البحث	31	34.44 %	51	28.49 %	82	30.48 %
الأساتذة والأصدقاء	20	22.24 %	49	27.38 %	69	25.65 %
وسائل الإعلام	16	17.77 %	47	26.26 %	63	23.43 %
الصدفة	23	25.55 %	30	16.75 %	53	19.70 %
مصادر أخرى	00	00 %	02	01.12 %	02	0.74 %
المجموع	90	100 %	179	100 %	269	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 6.45 درجة حرية = 4	كا ^{2} الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (16) ما يأتي:

- تمثل النسبة % 30.48 نسبة أفراد العينة الذين تعرّفوا على المواقع الإسلامية عن طريق محركات البحث واحتلت المرتبة الأولى، نسبة الذكور % 34.44 وهي أعلى من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 28.49.

- يعتبر الأساتذة والأصدقاء المصدر الثاني لتعرّف أفراد العينة على المواقع الإسلامية، إذ قدرت نسبتهم بـــ: % 25.65، نسبة الذكور % 22.24 وهي أقل من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 27.38.

- احتلت وسائل الإعلام المرتبة الثالثة في كونها مصدرا لتعرف المبحوثين على المواقع الإسلامية بنسبة % 23.43، نسبة الذكور % 17.77 وهي أقل من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 26.26.

- بلغت نسبة أفراد العينة الذين تعرّفوا على المواقع الإسلامية عن طريق الصدفة % 19.70، تقدر نسبة الذكور بـــ: % 25.55، ونسبة الإناث % 16.75 مع ملاحظة تفوق نسبة الذكور على نسبة الإناث.

- تمثل النسبة % 0.74 نسبة أفراد العينة الذين تعرّفوا على المواقع الإسلامية من مصادر أخرى كالأسرة مثلا، نسبة الذكور % 0، ونسبة الإناث % 1.12.

* نلاحظ أن نسبة الذكور الذين يعتمدون على محركات البحث كمصدر للتعرف على المواقع الإسلامية أكبر من نسبة الإناث، في حين أن الإناث يعتمدن أكثر من الذكور على الأساتذة والأصدقاء، ووسائل الإعلام.

وبتطبيق اختبار $كا^2$ على أرقام الجدول فإن ($كا^2$ المحسوبة= 6.45) وهي أقل من قيمة $كا^2$ الجدولية ($كا^2$= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، إذن لا يؤثر متغير الجنس على مصادر تعرّف المبحوثين على المواقع الإسلامية.

ب- مصادر التعرف على المواقع الإسلامية المتصفحة والتخصص العلمي:

جدول رقم (17): توزيع عينة الدراسة حسب مصادر التعرف على المواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / مصادر التعرف على المواقع الإسلامية	**كلية العلوم**		**كلية ع.إج و ع. إس**		**المجموع**	
	ت	%	ت	%	ت	%
محركات البحث	33	28.70 %	49	31.82 %	82	30.48 %
الأساتذة والأصدقاء	25	21.74 %	44	28.57 %	69	25.65 %
وسائل الإعلام	27	23.48 %	36	23.38 %	63	23.43 %
الصدفة	28	24.35 %	25	16.23 %	53	19.70 %
مصادر أخرى	02	01.73 %	00	00 %	02	0.74 %
المجموع	115	100 %	154	100 %	269	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 6.27 درجة حرية = 4	كا ^{2} الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يتضح من الجدول رقم (17) أعلاه ما يأتي:

- تقل نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين تعرفوا على المواقع الإسلامية بواسطة محركات البحث (وتقدر بـ: % 28.70) على نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين تعرفوا على المواقع الإسلامية بواسطة محركات البحث والتي تقدر بـ: % 31.82.

- تمثل النسبة % 21.74 نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين تعرّفوا على المواقع الإسلامية بواسطة الأساتذة والأصدقاء، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين تعرفوا على المواقع الإسلامية بواسطة الأساتذة والأصدقاء والتي تقدر بـ: % 28.57.

- تتقارب نسبتي طلبة وطالبات كلية العلوم وكلية ع.اج و ع.إس في تعرفهم على المواقع الإسلامية بواسطة وسائل الإعلام، إذ تقدر النسبتين على الترتيب بـ: % 23.48 و%23.38.

- تعتبر الصدفة مصدر لتعرف % 24.35 من طلبة وطالبات كلية العلوم على المواقع الإسلامية التي يتصفحونها، مقابل % 16.23 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين تعرفوا عليها عن طريق الصدفة.

- 1.73 % من طلبة وطالبات كلية العلوم تعرّفوا على المواقع الإسلامية بواسطة مصادر أخرى، في حين لا توجد لطلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس مصادر أخرى غير المصادر المذكورة في الجدول للتعرف على المواقع الإسلامية.

* نلاحظ أن نسبة طلبة وطالبات كلية ع. اج و ع.إس الذين يعتمدون على الأساتذة والأصدقاء كمصدر للتعرف على المواقع الإسلامية أكبر من نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم، يرجع ذلك إلى أن أساتذة وطلبة كلية ع.اج و ع.إس يلعبون دورا مهما في التعريف ببعض المواقع الإسلامية والمناقشة في هذا الموضوع، بينما نجد أساتذة وطلبة كلية العلوم لا يهتمون كثيرا بهذا المجال بل يتجهون إلى أمور أخرى حول التخصص، مما يؤدي بطلبة وطالبات كلية العلوم إلى الاتجاه إلى مصادر أخرى: كالصدفة، إذ سجلوا نسبة مرتفعة نوعا ما في هذه الأخيرة كمصدر للتعرف على المواقع الإسلامية مقارنة بنسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 6.27) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإن التخصص العلمي لا يؤثر على مصادر تعرف أفراد العينة على المواقع الإسلامية التي يتصفحونها.

10- رأي المبحوث في استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية:

أ- رأي المبحوث في استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية والنوع:

جدول رقم (18): توزيع عينة الدراسة حسب رأي المبحوث في استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية والنوع.

النوع / رأي المبحوث في استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
يستخدمونها بكثرة	03	03.90 %	13	09.56 %	16	07.51 %
يستخدمونها بقلة	32	41.56 %	56	41.18 %	88	41.31 %
لا يستخدمونها	04	05.19 %	05	03.67 %	09	04.23 %
لا أعلم	38	49.35 %	62	45.59 %	100	46.95 %
المجموع	77	100 %	136	100 %	213	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 2.49	كا ^{2} الجدولية = 7.81					
درجة حرية = 3	عند مستوى الدلالة (0.05).					

تدل بيانات الجدول رقم (18) على ما يأتي:

- بلغت نسبة أفراد العينة الذين ليس لهم علم حول مدى استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية النسبة % 46.95 وتمثل أعلى نسبة في الجدول، نسبة الذكور % 49.35 وهي أكبر من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 45.59.

- تليها النسبة % 41.31 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يرون أن الطلبة الجامعيين يستخدمون المواقع الإسلامية بقلة، تقدرنسبة الذكور بـــ: % 41.56، ونسبة الإناث % 41.18.

- ثم النسبة % 7.51 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يرون أن الطلبة الجامعيين يستخدمون المواقع الإسلامية بكثرة، بلغت نسبة الذكور % 3.90 وهي أقل من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: % 9.56.

- وأخيرا النسبة 4.23 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يرون أن الطلبة الجامعيين لا يستخدمون المواقع الإسلامية، نسبة الذكور 5.19 % وهي أعلى من نسبة الإناث التي تقدر بـــ: 3.67 %.

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 2.49) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 3 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في آرائهم حول استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية.

ب- رأي المبحوث في استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (19): توزيع عينة الدراسة حسب رأي المبحوث في استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / رأي المبحوث في استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية	**كلية العلوم**		**كلية ع.إج و ع. إس**		**المجموع**	
	ت	%	ت	%	ت	%
يستخدمونها بكثرة	03	03.53 %	13	10.16 %	16	07.51 %
يستخدمونها بقلة	30	35.29 %	57	44.53 %	88	41.31 %
لا يستخدمونها	03	03.53 %	06	04.68 %	09	04.23 %
لا أعلم	49	57.65 %	52	40.63 %	100	46.95 %
المجموع	85	100 %	128	100 %	213	100 %

كا ^{2} المحسوبة = 7.8 كا ^{2} الجدولية = 7.81
درجة حرية = 3 عند مستوى الدلالة (0.05).

يتضح من الجدول رقم (19) أعلاه الآتي:

- تمثل النسبة 3.53 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أن الشباب الجامعي يستخدم المواقع الإسلامية بكثرة، مقابل 10.16 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يرون ذلك.

- تمثل النسبة 35.29 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أن الشباب الجامعي يستخدم المواقع الإسلامية بقلة، مقابل النسبة 44.53 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يرون ذلك.

- تمثل النسبة 3.53 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أن الشباب الجامعي لا يستخدم المواقع الإسلامية، مقابل النسبة 4.68 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يرون أنهم لا يستخدمونها.

- تمثل النسبة 57.65 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لا يعلمون ما إذا كان الشباب الجامعي يستخدم المواقع الإسلامية أم لا، مقابل النسبة 40.63 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين لا يعلمون بذلك.

وجدنا أن التخصص العلمي لا يؤثر على آراء المبحوثين في استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، وذلك من خلال حساب كا^2 (كا^2 المحسوبة= 7.8) وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية (كا^2= 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 3 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05).

المبحث الثالث: أنماط استخدام المواقع الإسلامية:

11- أسماء بعض المواقع الإسلامية المتصفحة:

أ- أسماء بعض المواقع الإسلامية المتصفحة والنوع:

جدول رقم (20): توزيع عينة الدراسة حسب أسماء بعض المواقع الإسلامية المتصفحة والنوع.

النوع / أسماء بعض المواقع الإسلامية المتصفحة	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
شبكة سحاب السلفية	04	03.47 %	00	00 %	04	01.41 %
إسلام أون لاين	20	17.39 %	24	14.28 %	44	15.55 %
الشبكة الإسلامية	09	07.83 %	10	05.95 %	19	06.72 %
طريق الإسلام	09	07.83 %	08	04.76 %	17	06.01 %
إخوان أون لاين	03	02.61 %	01	0.60 %	04	01.41 %
الإسلام	01	0.87 %	02	01.19 %	03	01.06 %
الإسلام اليوم	03	02.61 %	01	0.60 %	04	01.41 %
الإسلام سؤال وجواب	02	01.74 %	01	0.60 %	03	01.06 %
موقع الداعية عمرو خالد	02	01.74 %	14	08.33 %	16	05.65 %
العريفي	01	0.87 %	02	01.19 %	03	01.06 %
طارق السويدان	01	0.87 %	01	0.60 %	02	0.71 %
ابن عثيمين	03	02.61 %	01	0.60 %	04	01.41 %
القرضاوي	02	01.74 %	01	0.60 %	03	01.06 %
الشيخ فركوس	05	04.34 %	00	00 %	05	01.77 %
مواقع القنوات الفضائية الإسلامية	09	07.83 %	22	13.09 %	31	10.95 %
مواقع المجلات الإسلامية	01	0.87 %	00	00 %	01	0.35 %
مواقع المكتبات الإسلامية	01	0.87 %	01	0.60 %	02	0.71 %
مواقع المنتديات الإسلامية	02	01.74 %	02	01.19 %	04	01.41 %
مواقع أدلة البحث الإسلامية	01	0.87 %	02	01.19 %	03	01.06 %
مواقع الأناشيد الإسلامية	03	02.61 %	04	02.38 %	07	02.47 %
غير محددة	33	28.69 %	71	42.26 %	104	36.75 %
المجموع	115	100 %	168	100 %	283	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 34.84 كا ^{2} الجدولية = 31.41 درجة حرية = 20 عند مستوى الدلالة (0.05).						

يبين الجدول رقم (20) عدة نتائج أهمها:

- نلاحظ أن موقع "إسلام أون لاين" حاز على المرتبة الأولى، إذ بلغت نسبة أفراد العينة الذين يتصفحونه % 15.55.

- تليه مباشرة مواقع القنوات الفضائية الإسلامية بنسبة % 10.95.

- ثم موقع "الشبكة الإسلامية" بنسبة % 6.72.

- يليه موقع "طريق الإسلام" بنسبة % 6.01.

- ثم موقع الداعية عمرو خالد بنسبة % 5.65.

- ثم مواقع الأناشيد الإسلامية بنسبة % 2.47.

- نلاحظ ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين لم يحددوا أسماء المواقع الإسلامية التي يتصفحونها حيث تقدر بـــ: % 36.75 وهي أعلى نسبة في الجدول.

- باقي المواقع الإسلامية حازت على نسب صغيرة وهي متفاوتة كالآتي على الترتيب: موقع الشيخ فركوس بنسبة % 1.77، شبكة "سحاب السلفية" وموقع "إخوان أون لاين" وموقع "الإسلام اليوم" وموقع الشيخ ابن عثيمين ومواقع المنتديات الإسلامية كلها بنسبة % 1.41، موقع "الإسلام"، "الإسلام سؤال وجواب"، موقع العريفي، موقع القرضاوي، ومواقع أدلة البحث الإسلامية كلها بنسبة % 1.06، موقع طارق السويدان ومواقع المكتبات الإسلامية بنسبة % 0.71، وأخيرا مواقع المجلات الإسلامية بنسبة % 0.35، إضافة إلى مواقع أخرى بنسب ضئيلة جدا منها: شبكة الشفاء الإسلامية، الطريق إلى الله، راية الإصلاح، موقع الألباني، موقع عمر عبد الكافي، موقع الشيخ ابن باز...الخ.

* نلاحظ أن المواقع الإسلامية العامة أكثر استقطابا لأفراد عينة البحث، تليها مواقع الدعاة، ثم مواقع القنوات الفضائية الإسلامية، أما المواقع الإسلامية الأخرى فإن نسب تصفحها صغيرة جدا.

* نلاحظ أيضا أن نسبة الذكور الذين يتصفحون المواقع الإسلامية العامة أعلى من نسبة الإناث وتقدر النسبتين على الترتيب بـــ: % 44.35 و % 27.98.

* بينما تتقارب نسبتي الذكور والإناث في تصفح مواقع الدعاة، تقدرنسبة الذكور بـــ: % 12.17، ونسبة الإناث % 11.32.

* تتفوق نسبة الإناث (% 13.09) على نسبة الذكور (% 7.83) في تصفح مواقع القنوات الفضائية الإسلامية.

* وتتقارب النسب بين الجنسين في تصفح باقي المواقع الإسلامية في الجدول.

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 34.84) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 31.41) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 20 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، تبين أنه توجد فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في اختيار أسماء المواقع الإسلامية التي يتصفحونها.

ب- أسماء بعض المواقع الإسلامية المتصفحة والتخصص العلمي:

جدول رقم (21): توزيع عينة الدراسة حسب أسماء بعض المواقع الإسلامية المتصفحة والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / أسماء بعض المواقع الإسلامية المتصفحة	كلية العلوم		كلية ع. إج و ع. إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
شبكة سحاب السلفية	**02**	**01.94 %**	**02**	**01.11 %**	**04**	**01.41 %**
إسلام أون لاين	**13**	**12.62 %**	**31**	**17.22 %**	**44**	**15.55 %**
الشبكة الإسلامية	**06**	**05.83 %**	**13**	**07.22 %**	**19**	**06.72 %**
طريق الإسلام	**03**	**02.91 %**	**14**	**07.77 %**	**17**	**06.01 %**
إخوان أون لاين	**02**	**01.94 %**	**02**	**01.11 %**	**04**	**01.41 %**
الإسلام	**01**	**0.97 %**	**02**	**01.11 %**	**03**	**01.06 %**
الإسلام اليوم	**00**	**00 %**	**04**	**02.22 %**	**04**	**01.41 %**
الإسلام سؤال وجواب	**00**	**00 %**	**03**	**01.67 %**	**03**	**01.06 %**
موقع الداعية عمرو خالد	**07**	**06.80 %**	**09**	**05.00 %**	**16**	**05.65 %**
العريفي	**02**	**01.94 %**	**01**	**0.56 %**	**03**	**01.06 %**
طارق السويدان	**01**	**0.97 %**	**01**	**0.56 %**	**02**	**0.71 %**
ابن عثيمين	**01**	**0.97 %**	**03**	**01.67 %**	**04**	**01.41 %**
القرضاوي	**00**	**00 %**	**03**	**01.67 %**	**03**	**01.06 %**
الشيخ فركوس	**02**	**01.94 %**	**03**	**01.67 %**	**05**	**01.77 %**
مواقع القنوات الفضائية الإسلامية	**05**	**04.86 %**	**26**	**14.44 %**	**31**	**10.95 %**
مواقع المجلات الإسلامية	**01**	**0.97 %**	**00**	**00 %**	**01**	**0.35 %**
مواقع المكتبات الإسلامية	**00**	**00 %**	**02**	**01.11 %**	**02**	**0.71 %**
مواقع المنتديات الإسلامية	**01**	**0.97 %**	**03**	**01.67 %**	**04**	**01.41 %**
مواقع أدلة البحث الإسلامية	**01**	**0.97 %**	**02**	**01.11 %**	**03**	**01.06 %**
مواقع الأناشيد الإسلامية	**02**	**01.94 %**	**05**	**02.78 %**	**07**	**02.47 %**
غير محددة	**53**	**51.46 %**	**51**	**28.33 %**	**104**	**36.75 %**
المجموع	**103**	**100 %**	**180**	**100 %**	**283**	**100 %**
كا ^{2} المحسوبة = 30.16 كا ^{2} الجدولية = 31.41 درجة حرية = 20 عند مستوى الدلالة (0.05).						

- تتفوق نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحون المواقع الإسلامية العامة وتقدر بـــ: % 39.43 على نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحون المواقع الإسلامية العامة والتي تقدر بـــ: % 26.21.

- تقترب نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحون مواقع الدعاة (وتقدر بـــ: % 12.62) من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحون المواقع نفسها والتي تقدر بـــ: % 11.13.

- بينما تزيد نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحون مواقع القنوات الفضائية الإسلامية وتقدر بـــ: % 14.44 على نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحون المواقع نفسها والتي تقدر بـــ: % 4.86.

- أما باقي المواقع الإسلامية في الجدول فإن نسب الأفراد الذين يتصفحونها متقاربة بين الكليتين.

* يرجع السبب في كون المواقع الإسلامية العامة أكثر استقطابا لأفراد عينة البحث في أن هذه المواقع تدرج مواضيع مختلفة تمس كافة ميادين الحياة تقريبا - وهذا في بعض المواقع الإسلامية وليس كلها- كالقضايا الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، الأخبار، الثقافة والفكر...الخ، كما أنها تعالج قضايا الشباب المختلفة مستخدمة في ذلك مختلف الوسائط الاتصالية والأساليب الإقناعية، من هذه المواقع: "إسلام أون لاين"، "الشبكة الإسلامية"، "طريق الإسلام" ...الخ.

فقد كشفت دراسة محمد لعقاب أن الجزائريين يستخدمون 14 محرك بحث وموقعا عربيا وجزائريا و إسلاميا، ومن هذه المحركات نجد المحرك الإسلامي islam on line الذي يستخدمه حوالي % 3.4، ونفس النسبة تستخدم محرك الردادي، و % 2.8 تستخدم المحرك الجزائري alg[1] .erianinfo

* كما أن مواقع بعض الدعاة تهتم بقضايا حساسة وتستخدم أساليب إقناعية حيوية تجلب بها الشباب، من هذه المواقع: موقع د. عمرو خالد، موقع الشيخ ابن عثيمين، موقع د. طارق السويدان ...الخ.

* يقلّ تصفح أفراد العينة لمواقع القنوات الفضائية الإسلامية لتمكّنهم من متابعتها عن طريق البث التلفزيوني الفضائي و بالتالي يمكنهم الاستغناء عن مواقعها في الإنترنت.

---

[1] 1- محمد لعقاب: مجتمع الإعلام والمعلومات؛ دراسة استكشافية للإنترنيتيين الجزائريين، ملخص أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، مجلة الإذاعات العربية، ع 4،2003م، ص 118- 119.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 30.16) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 31.41) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 20 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، إذن التخصص العلمي لا يتحكم في اختيار أفراد العينة المواقع الإسلامية التي يتصفحونها.

12- أسباب تفضيل مواقع إسلامية على أخرى:

أ- أسباب تفضيل مواقع إسلامية على أخرى والنوع:

جدول رقم (22): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تفضيل مواقع إسلامية على أخرى والنوع.

النوع / أسباب تفضيل مواقع إسلامية على أخرى	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
لأنها مشهورة	11	12.64 %	14	09.09 %	25	10.37 %
لأنها تلبي احتياجاتي المعرفية	41	47.13 %	80	51.95 %	121	50.21 %
يعجبني تصميمها	01	01.15 %	03	01.94 %	04	01.66 %
أثق في القائمين عليها	13	14.94 %	21	13.64 %	34	14.11 %
لا يوجد أي سبب لتفضيلها	19	21.84 %	34	22.08 %	53	21.99 %
أسباب أخرى	02	02.30 %	02	01.30 %	04	01.66 %
المجموع	87	100 %	154	100 %	241	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 1.50 — درجة حرية = 5	كا ^{2} الجدولية = 11.07 عند مستوى الدلالة (0.05).					

تدل بيانات الجدول رقم (22) أعلاه على الآتي:

- أجابت نسبة 50.21 % (وهي أعلى نسبة في الجدول) من أفراد عينة الدراسة أنهم يفضلون المواقع الإسلامية التي يتصفحونها على باقي المواقع الإسلامية لأنها تلبي احتياجاتهم المعرفية.

- تليها النسبة 21.99 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يرون أنه لا يوجد أي سبب لتفضيل المواقع الإسلامية التي يتصفحونها على باقي المواقع الإسلامية.

- ثم النسبة 14.11 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يفضلون مواقع إسلامية على أخرى لأنهم يثقون في القائمين عليها.

- تليها النسبة 10.37% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يفضلون المواقع الإسلامية التي يتصفحونها لأنها مشهورة.

- وأخيرا النسبة 1.94% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يفضلون مواقع إسلامية معينة لأن تصاميمها تعجبهم، والنسبة نفسها للأفراد الذين يفضلون المواقع الإسلامية التي يتصفحونها لأسباب أخرى هي: أن هذه المواقع تطرح مواضيع مهمة، اهتمامها بفئة الشباب على وجه الخصوص، لأنها المواقع التي تنشر العلم الصحيح والمنهج القويم والفكر المعتدل، لأنها تواكب الأحداث وتراعي روح العصر.

- أجاب 12.64% من الذكور أنهم يفضلون المواقع الإسلامية التي يتصفحونها لأنها مشهورة وهي تزيد على نسبة الإناث اللاتي يفضلن مواقع إسلامية على أخرى لأنها مشهورة والتي تقدر بـــ: 9.09 %.

- في حين تفوق نسبة الإناث (51.95 %) اللاتي يفضلن مواقع إسلامية على أخرى لأنها تلبي احتياجاتهن المعرفية على نسبة الذكور التي تقدر بـــ: 47.13 %.

- وتتقارب نسب الذكور والإناث في تفضيل مواقع إسلامية على أخرى لباقي الأسباب.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 1.50) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 11.07) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 5 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، إذن لا توجد فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في أسباب تفضيلهم لمواقع إسلامية على أخرى.

ب- أسباب تفضيل مواقع إسلامية على أخرى والتخصص العلمي:

جدول رقم (23): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تفضيل مواقع إسلامية على أخرى والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / أسباب تفضيل مواقع إسلامية على أخرى	كلية العلوم		كلية ع.إج و ع. إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
لأنها مشهورة	09	09.38 %	16	11.04 %	25	10.37 %
لأنها تلبي احتياجاتي المعرفية	45	46.88 %	76	52.41 %	121	50.21 %
يعجبني تصميمها	02	02.08 %	02	01.38 %	04	01.66 %
أثق في القائمين عليها	14	14.58 %	20	13.79 %	34	14.11 %
لا يوجد أي سبب لتفضيلها	24	25 %	29	20 %	53	21.99 %
أسباب أخرى	02	02.08 %	02	01.38 %	04	01.66 %
المجموع	96	100 %	145	100 %	241	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 1.48 درجة حرية = 5	كا ^{2} الجدولية = 11.07 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (23) أعلاه الآتي:

- يفضل % 9.38 من طلبة وطالبات كلية العلوم مواقع إسلامية على أخرى لأنها مشهورة، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يفضلونها للسبب نفسه والتي تقدر بـــ: % 11.04.

- يفضل % 46.88 من طلبة وطالبات كلية العلوم مواقع إسلامية على أخرى لأنها تلبي احتياجاتهم المعرفية، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يفضلونها للسبب نفسه والتي تقدر بـــ: % 52.41.

- تقترب نسبتي طلبة وطالبات الكليتين الذين يفضلون مواقع إسلامية على أخرى لأن تصاميمها تعجبهم، وتقدر النسبتين على الترتيب بـــ: % 2.08 و % 1.38.

- تمثل النسبة 14.58 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يفضلون مواقع إسلامية على أخرى لأنهم يثقون في القائمين عليها، وهي أكبر من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يفضلون مواقع إسلامية على أخرى للسبب نفسه والتي تقدر بـــ: 13.79 %.

- 25 % من طلبة وطالبات كلية العلوم لا يجدون أي سبب لتفضيل مواقع إسلامية على أخرى، مقابل 20 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- تقترب نسبتي طلبة وطالبات الكليتين في تفضيل مواقع إسلامية على أخرى لأسباب أخرى.

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 1.48) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 11.07) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 5 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين التخصصين وأسباب تفضيل مواقع إسلامية على أخرى.

13- المواقع الإسلامية الأكثر استقطابا:

أ- المواقع الإسلامية الأكثر استقطابا والنوع:

جدول رقم (24): توزيع عينة الدراسة حسب المواقع الإسلامية الأكثر استقطابا والنوع.

النوع / المواقع الإسلامية الأكثر استقطابا	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
المواقع الإخوانية	**25**	**28.41 %**	**61**	**40.94 %**	**86**	**36.29 %**
المواقع السلفية	**37**	**42.05 %**	**29**	**19.46 %**	**66**	**27.85 %**
المواقع الشيعية	**06**	**06.82 %**	**05**	**03.36 %**	**11**	**04.64 %**
المواقع الإباضية	**02**	**02.27 %**	**02**	**01.34 %**	**04**	**01.69 %**
المواقع الصوفية	**03**	**03.40 %**	**07**	**04.70 %**	**10**	**04.22 %**
مواقع عامة لا تنتمي إلى أي اتجاه	**15**	**17.05 %**	**45**	**30.20 %**	**60**	**25.31 %**
مواقع أخرى	**00**	**00 %**	**00**	**00 %**	**00**	**00 %**
المجموع	**88**	**100 %**	**149**	**100 %**	**237**	**100 %**
كا ^{2} المحسوبة = 18.19 درجة حرية = 6	كا ^{2} الجدولية = 12.59 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (24) أعلاه ما يأتي:

- تحتل المواقع الإخوانية المرتبة الأولى في استقطاب أفراد عينة الدراسة بنسبة: 36.29%.
- تأتي في المرتبة الثانية المواقع السلفية بنسبة % 27.85.
- تليها المواقع الإسلامية العامة التي لا تنتمي إلى أي اتجاه بنسبة: % 25.31.
- ثم المواقع الشيعية بنسبة % 4.64.
- ثم المواقع الصوفية بنسبة % 4.22.
- وأخيرا المواقع الإباضية بنسبة % 1.69.
- في حين لم يذكر أي فرد من أفراد عينة الدراسة مواقع أخرى غير المواقع المذكورة.

* نلاحظ أن المواقع الإخوانية أكثر استقطابا للإناث إذ تقدر نسبة متصفحي هذه المواقع من الإناث بـــ: % 40.94، وتقدر نسبة متصفحيها من الذكور بـــ: % 28.41.

* في حين يتجه الذكور أكثر إلى المواقع السلفية إذ تقدر نسبتهم بـــ: % 42.05، وتقدر نسبة الإناث بـــ: % 19.46.

* تتقارب نسب الجنسين في تصفح باقي المواقع الإسلامية.

* يتجه الإناث بنسبة أكبر من نسبة الذكور نحو المواقع الإسلامية العامة التي لا تنتمي إلى أي اتجاه وتقدر النسبتين على الترتيب بـــ: % 30.20 و % 17.05.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 18.19) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 6 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإن متغير الجنس يتحكم في اختيار أفراد العينة لأصناف المواقع الإسلامية التي يتصفحونها.

ب- المواقع الإسلامية الأكثر استقطابا والتخصص العلمي:

جدول رقم (25): توزيع عينة الدراسة حسب المواقع الإسلامية الأكثر استقطابا والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / المواقع الإسلامية الأكثر استقطابا	كلية العلوم		كلية ع.إج و ع. إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
المواقع الإخوانية	29	30.21 %	57	40.43 %	86	36.29 %
المواقع السلفية	16	16.67 %	50	35.46 %	66	27.85 %
المواقع الشيعية	09	09.38 %	02	01.42 %	11	04.64 %
المواقع الإباضية	03	03.13 %	01	0.70 %	04	01.69 %
المواقع الصوفية	04	04.16 %	06	04.26 %	10	04.22 %
مواقع عامة لا تنتمي إلى أي اتجاه	35	36.45 %	25	17.73 %	60	25.31 %
مواقع أخرى	00	00 %	00	00 %	00	00 %
المجموع	96	100 %	141	100 %	237	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 26.53	كا ^{2} الجدولية = 12.59					
درجة حرية = 6	عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم ((25 أعلاه الآتي:

- المواقع الإخوانية أكثر استقطابا لطلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس إذ تقدر نسبة متصفحيها منهم بـــ: % 40.43، بينما تقدر نسبة متصفحيها من طلبة وطالبات كلية العلوم بـــ: % 30.21.

- تستقطب المواقع السلفية أكثر طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس إذ تقدر نسبتهم بـــ: % 35.46، بينما تقدر نسبة متصفحيها من طلبة وطالبات كلية العلوم بـــ: % 16.67.

- تستقطب المواقع الشيعية أكثر طلبة وطالبات كلية العلوم بنسبة تقدر بـــ: % 9.38، أما نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين تستقطبهم هذه المواقع فتقدربـــ: %1.42.

- المواقع الإباضية أكثر استقطابا لطلبة وطالبات كلية العلوم إذ تقدر نسبتهم بـــ: % 3.13، بينما تقدر نسبة طلبة وطالبات كلية ع.ا ج و ع. إس الذين تستقطبهم هذه المواقع بـــ: 0.70 %

- تتقارب نسبتي طلبة وطالبات كلية العلوم وكلية ع.اج و ع.إس في تصفح المواقع الصوفية حيث تقدر النسبتين على الترتيب بـــ: % 4.16 و 4.26% .

- المواقع التي لا تنتمي إلى أي اتجاه أكثر استقطابا لطلبة وطالبات كلية العلوم، حيث تقدر نسبتهم بـــ: % 36.45، بينما تقدر نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحون هذه المواقع بـــ: % 17.73.

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 26.53) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 6 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإن هناك فروق دالة إحصائيا بين التخصص العلمي والاتجاه نحو أصناف المواقع الإسلامية، إذ تبين أرقام الجدول أن المواقع الإخوانية والسلفية تستقطب بشكل كبير طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس، بينما يفضل طلبة وطالبات كلية العلوم المواقع التي لا تنتمي إلى أي اتجاه لاتفاقها مع تخصصهم وتوجهاتهم، وكذا المواقع الشيعية والإباضية للاطلاع عليها وتحصيل المعلومات حولها.

14- أسباب تفضيل أصناف من المواقع الإسلامية على أخرى:

أ- أسباب تفضيل أصناف من المواقع الإسلامية على أخرى والنوع:

جدول رقم (26): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تفضيل أصناف من المواقع الإسلامية على أخرى والنوع.

النوع / أسباب تفضيل أصناف من م.إس على أخرى	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
لأنها تتفق واتجاهي	24	28.24 %	36	24.66 %	60	25.97 %
لأنني أثق بها	28	32.94 %	46	31.51 %	74	32.04 %
للفضول فقط	29	34.12 %	58	39.72 %	87	37.66 %
أسباب أخرى	04	04.70 %	06	04.11 %	10	04.33 %
المجموع	85	100 %	146	100 %	231	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 3.92 درجة حرية = 4	كا ^{2} الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة (0.05).					

تتضح من الجدول رقم (26) النتائج الآتية:

- نلاحظ أن أعلى نسبة في الجدول النسبة % 37.66 وتمثل نسبة الأفراد الذين يفضلون أصناف معينة من المواقع الإسلامية على أخرى للفضول فقط.

- تليها النسبة % 32.04 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يفضلون أصناف معينة من المواقع الإسلامية لأنهم يثقون بها.

- ثم النسبة % 25.97 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يفضلون أصناف معينة من المواقع الإسلامية دون أخرى لأنها تتفق واتجاههم.

- وأخيرا النسبة % 4.33 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يفضلون أصناف معينة من المواقع الإسلامية لأسباب أخرى هذه الأسباب هي: لأن هذه المواقع جزائرية وبالتالي فإن محتوياتها أعمق معالجة لأحوال مجتمعنا، للاستفادة منها والاطلاع على الجديد في الفكر الإسلامي وعلى الفتاوى والمواضيع الراهنة، لمعرفة ما عليه بعض الفرق من ضلال (بالنسبة للمواقع الشيعية)، لأن أهلها (بالنسبة للمواقع السلفية) هم أهل الحق وهم الفرقة الناجية والطائفة المنصورة.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 3.92) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في أسباب تفضيل أصناف معينة من المواقع الإسلامية دون أخرى.

ب- أسباب تفضيل أصناف من المواقع الإسلامية على أخرى والتخصص العلمي:

جدول رقم (27): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تفضيل أصناف من المواقع الإسلامية على أخرى والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / أسباب تفضيل أصناف من م.إس على أخرى	كلية العلوم		كلية ع. إج و ع.إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
لأنها تتفق واتجاهي	20	22.23 %	40	28.37 %	60	25.97 %
لأنني أثق بها	25	27.78 %	49	34.76 %	74	32.04 %
للفضول فقط	42	46.66 %	45	31.91 %	87	37.66 %
أسباب أخرى	03	03.33 %	07	04.96 %	10	04.33 %
المجموع	90	100 %	141	100 %	231	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 19.3 درجة حرية = 4	كا ^{2} الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة (0.05).					

دلت بيانات الجدول رقم (27) أعلاه على الآتي:

- تقدر نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يفضلون أصناف معينة من المواقع الإسلامية على أخرى لأنها تتفق واتجاههم بـــ: % 22.23، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يفضلون أصناف معينة من المواقع الإسلامية للسبب نفسه والتي تقدربـــ: % 28.37.

- تقدر نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يفضلون أصناف من المواقع الإسلامية على أخرى لأنهم يثقون بها بـــ: % 27.78، وهي أقل من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يفضلونها للسبب نفسه والتي تقدر بـــ: % 34.76.

- تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحون أصناف معينة من المواقع الإسلامية دون أخرى للفضول فقط والتي تقدر بـــ: % 46.66 نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحونها للسبب نفسه والتي تقدر بـــ: % 31.91.

- تتقارب نسبتي طلبة وطالبات كل من كلية العلوم وكلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحون أصناف معينة من المواقع الإسلامية دون أخرى لأسباب أخرى، وتقدر النسبتين على التوالي بـــ: % 3.33 و % 4.96.

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 19.3) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) فإن التخصص العلمي يتحكم في تحديد أفراد العينة لأسباب تفضيلهم أصناف من المواقع الإسلامية على أخرى.

15- لغة المواقع الإسلامية المتصفحة:

أ- لغة المواقع الإسلامية المتصفحة والنوع:

جدول رقم (28): توزيع عينة الدراسة حسب لغة المواقع الإسلامية المتصفحة والنوع.

النوع / لغة المواقع الإسلامية المتصفحة	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
العربية	**75**	**84.27 %**	**136**	**93.15 %**	**211**	**89.79 %**
الإنجليزية	**06**	**06.74 %**	**03**	**02.06 %**	**09**	**03.83 %**
الفرنسية	**08**	**08.99 %**	**07**	**04.79 %**	**15**	**06.38 %**
لغات أخرى	**00**	**00 %**	**00**	**00 %**	**00**	**00 %**
المجموع	**89**	**100 %**	**146**	**100 %**	**235**	**100 %**
كا ^{2} المحسوبة = 5.17	كا ^{2} الجدولية = 7.81					
درجة حرية = 3	عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (28) أعلاه ما يأتي:

- يتصفح المواقع الإسلامية باللغة العربية % 89.79 من أفراد عينة الدراسة، وتمثل أعلى نسبة في الجدول.

- تليها النسبة 6.38% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية باللغة الفرنسية.

- ثم النسبة 3.83% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية باللغة الإنجليزية.

- لا توجد مواقع إسلامية بلغات أخرى غير اللغات المذكورة يتصفحها المبحوثون.

* تمثل النسبة 93.15% نسبة الإناث اللاتي يتصفحن المواقع الإسلامية باللغة العربية، وهي أعلى من نسبة الذكور والتي تقدر بـــ: % 84.27.

* بينما تفوق نسبة الذكور الذين يتصفحون المواقع الإسلامية باللغتين الإنجليزية والفرنسية (وتقدر بـــ: % 15.73) نسبة الإناث اللاتي يتصفحن المواقع الإسلامية بهاتين اللغتين وتقدر بـــ: 6.85 %.

وقد أظهرت دراسة أحمد عبدلي أن " المواقع الفرنكفونية (الناطقة باللغة الفرنسية) هي أكثر المواقع تصفحا حيث أخذت نسبة 40.37% من إجمالي تكراراتهم، ويعزى هذا التفضيل إلى بعض العوامل منها التاريخية باعتبار الفرنسية من مخلفات الاستعمار الفرنسي ومنها العوامل الثقافية والتعليمية حيث يبدأ تدريس تلك المادة في مرحلة عمرية متقدمة (الرابعة ابتدائي)، كل هذه العوامل وغيرها تجعل من تلك المواقع أقرب إلى الاستخدام والبحث، ونفس هذه النتيجة أيضا توصلت إليها الباحثة حسينة قيدوم، وقد بررت بدورها ذلك بنفس المبررات المقدمة هنا، تليها المواقع الأنجلوفونية – الناطقة بالإنجليزية – حيث يفضلها 30.62% من عموم المبحوثين المجيبين على هذا الجانب، يعزى هذا إلى وفرة ونوعية المحتوى المعروض بها، حيث تعد الإنجليزية لغة الإنترنت الأولى ولغة العلم، وتحتل المواقع العربية المرتبة الثالثة حيث أخذت نسبة 17.61% فقط من جملة التكرارات الواردة لهذا الخيار، وهي نتيجة منطقية ومتوقعة نظرا لعدة عوامل منها ضعف الدعم الفني الخاص بالمواقع العربية، رتابة المادة المعروضة وتشابهها ...الخ "[1].

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 5.17) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 3 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) فإنه لا توجد علاقة فارقة بين الذكور والإناث في اختيار لغة المواقع الإسلامية التي يتصفحونها.

ب- لغة المواقع الإسلامية المتصفحة والتخصص العلمي:

جدول رقم (29): توزيع عينة الدراسة حسب لغة المواقع الإسلامية المتصفحة والتخصص العلمي.

---

[1] أحمد عبدلي: مستخدمو الإنترنت؛ دراسة ميدانية بولايتي سطيف وقسنطينة، مرجع سابق، ص (154، 155).

التخصص العلمي / لغة المواقع الإسلامية المتصفحة	كلية العلوم		كلية ع. إج و ع.إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
العربية	86	90.52 %	125	89.29 %	211	89.79 %
الإنجليزية	02	02.11 %	07	05 %	09	03.83 %
الفرنسية	07	07.37 %	08	05.71 %	15	06.38 %
لغات أخرى	00	00 %	00	00 %	00	00 %
المجموع	95	100 %	140	100 %	235	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 1.67 درجة حرية = 3	كا ^{2} الجدولية = 7.81 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (29) أعلاه ما يأتي:

- يتصفح المواقع الإسلامية باللغة العربية % 90.52 من طلبة وطالبات كلية العلوم، مقابل % 89.29 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- يتصفح المواقع الإسلامية باللغة الإنجليزية %2.11 من طلبة وطالبات كلية العلوم، مقابل % 5 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- يتصفح المواقع الإسلامية باللغة الفرنسية % 7.37 من طلبة وطالبات كلية العلوم، مقابل % 5.71 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 1.67) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 3 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصصين ولغة المواقع الإسلامية المتصفحة.

كما أنه اتضح من خلال دراسة محمد لعقاب: أن هناك حوالي % 35 من الإنترنيتيين الجزائريين تواجههم صعوبة لغوية أثناء تجوالهم في الإنترنت، وأن حوالي % 83 منهم يجدون صعوبة مع اللغة الإنجليزية.

16- أسباب تفضيل لغات على غيرها:

أ- أسباب تفضيل لغات على غيرها والنوع:

جدول رقم (30): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تفضيل لغات على غيرها والنوع.

النوع / أسباب تفضيل لغات على غيرها	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
لميل شخصي لها	21	23.60 %	34	21.52 %	55	22.27 %
لأنني لا أتقن اللغات الأخرى	36	40.45 %	48	30.38 %	84	34.01 %
لسهولتها	29	32.58 %	72	45.57 %	101	40.89 %
أسباب أخرى	03	03.37 %	04	02.53 %	07	02.83 %
المجموع	89	100 %	158	100 %	247	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 4.26	كا ^{2} الجدولية = 7.81					
درجة حرية = 3	عند مستوى الدلالة (0.05).					

من خلال الجدول رقم (30) أعلاه يتضح ما يأتي:

- تشكل النسبة 40.89 % أعلى نسبة في الجدول وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون مواقع إسلامية بلغات معينة لسهولتها.
- تليها النسبة 34.01 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية بلغات معينة لأنهم لا يتقنون اللغات الأخرى.
- ثم النسبة 22.27% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية بلغات معينة لميل شخصي لها.
- وأخيرا النسبة 2.83% وتمثل نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يفضلون تصفح المواقع الإسلامية بلغات دون أخرى لأسباب أخرى هي: لأن اللغة العربية أقرب للفهم وللاستخدام الإسلامي، لأنها لغة القرآن، لوفرة المواقع الإسلامية باللغة العربية، لعدم الحاجة إلى اللغات الأخرى في المجال الدراسي.

* نلاحظ أن نسبة كبيرة من ذكور العينة يرجعون أسباب تفضيل لغات على غيرها إلى عدم إتقانهم للغات الأخرى (تقدر نسبتهم بـــ: % 40.45)، مقابل % 30.38 من الإناث اللاتي يفضلن لغات على غيرها لهذا السبب.

* بينما نجد نسبة كبيرة من الإناث (45.57%) يرجعن أسباب تفضيل لغات على غيرها لتصفح المواقع الإسلامية إلى سهولة اللغات التي يفضلنها، مقابل % 32.58 من الذكور الذين يفضلون لغات على غيرها لهذا السبب.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 4.26) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 3 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإن متغير الجنس لا يؤثر في أسباب تفضيل أفراد العينة لمواقع إسلامية بلغات معينة على أخرى.

ب- أسباب تفضيل لغات على غيرها والتخصص العلمي:

جدول رقم (31): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تفضيل لغات على غيرها والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / أسباب تفضيل لغات على غيرها	كلية العلوم		كلية ع. إج و ع.إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
لميل شخصي لها	**23**	**22.55 %**	**32**	**22.07 %**	**55**	**22.27 %**
لأنني لا أتقن اللغات الأخرى	**22**	**21.57 %**	**62**	**42.76 %**	**84**	**34.01 %**
لسهولتها	**53**	**51.96 %**	**48**	**33.10 %**	**101**	**40.89 %**
أسباب أخرى	**04**	**03.92 %**	**03**	**02.07 %**	**07**	**02.83 %**
المجموع	**102**	**100 %**	**145**	**100 %**	**247**	**100 %**
كا ^{2} المحسوبة = 13.80	كا ^{2} الجدولية = 7.81					
درجة حرية = 3	عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (31) النتائج الآتية:

- تتقارب نسبتي طلبة وطالبات كل من كلية العلوم وكلية ع.اج و ع.إس الذين يفضلون لغات على غيرها لميل شخصي لها، إذ تقدر النسبتين على الترتيب بـــ: % 22.55 و 22.07.

- تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس (وتقدر بـــ: 42.76%) نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم والتي تقدر بـــ: % 21.57 الذين يفضلون مواقع إسلامية بلغات معينة لأنهم لا يتقنون اللغات الأخرى.

- بينما تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يفضلون تصفح مواقع إسلامية بلغات معينة دون أخرى لسهولتها (والتي تقدر بـــ: % 51.96) نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يفضلون مواقع إسلامية بلغات معينة دون أخرى للسبب نفسه والتي تقدر بـــ: % 33.10.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 13.80) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 3 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصصين وأسباب تفضيل المبحوثين لمواقع إسلامية بلغات معينة دون أخرى.

17- رأي المبحوث في عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت:

أ- رأي المبحوث في عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت والنوع:

جدول رقم (32): توزيع عينة الدراسة حسب رأي المبحوث في عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت والنوع.

رأي المبحوث / النوع في عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
كاف	14	18.18 %	25	18.38 %	39	18.31 %
غير كاف	23	28.87 %	31	22.80 %	54	25.35 %
لا أدري	40	51.95 %	80	58.82 %	120	56.34 %
المجموع	77	100 %	136	100 %	213	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 1.37	كا ^{2} الجدولية = 5.99					
درجة حرية = 2	عند مستوى الدلالة (0.05).					

يتبين من الجدول رقم (32) الآتي:

- احتلت الرتبة الأولى النسبة 56.34 % وتمثل نسبة أفراد العينة الذين لا يدرون هل عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت كاف أو غير كاف، 51.95% ذكور، و 58.82% إناث.

- تليها النسبة 25.35 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يرون أن عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت غير كاف، يمثل فيها الذكور النسبة 28.87 % و الإناث النسبة 22.80 %.

- وأخيرا النسبة 18.31 % من المبحوثين الذين يرون أن عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت كاف، نسبة الذكور 18.18 %، ونسبة الإناث 18.38 %.

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 1.37) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين للحرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا

توجد فروق دالة إحصائيا بين الذكور و الإناث في آرائهم حول عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت.

ب- رأي المبحوث في عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت والتخصص العلمي:

جدول رقم (33): توزيع عينة الدراسة حسب رأي المبحوث في عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / رأي المبحوث في عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت	**كلية العلوم**		**كلية ع. إج و ع.إس**		**المجموع**	
	ت	%	ت	%	ت	%
كاف	10	11.77 %	29	22.66 %	39	18.31 %
غير كاف	19	22.35 %	35	27.34 %	54	25.35 %
لا أدري	56	65.88 %	64	50 %	120	56.34 %
المجموع	85	100 %	128	100 %	213	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 6.07 درجة حرية = 2	كا ^{2} الجدولية = 5.99 عند مستوى الدلالة (0.05).					

دلت بيانات الجدول رقم (33) على النتائج الآتية:

- تمثل النسبة % 22.66 نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يرون أن عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت كاف، بالمقابل فإن نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أن عددها كاف يقدر بـــ: % 11.77.

- تمثل النسبة % 27.34 نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يرون أن عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت غير كاف، وهي أعلى من نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أن عددها غير كاف والتي تقدر بـــ: % 22.35.

- تمثل النسبة % 65.88 نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لا يدرون بمدى كفاية عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، وهي أعلى من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين لا يدرون بمدى كفايتها والتي تقدر بـــ: % 50.

وبتطبيق اختباركا ^{2} على أرقام الجدول وجدنا (كا ^{2} المحسوبة= 6.07) وهي أكبرمن قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين للحرية

عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه للتخصص العلمي دور في تحديد آراء المبحوثين حول عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت.

18- أفضل المواقع الإسلامية:

أ- أفضل المواقع الإسلامية والنوع:

جدول رقم (34): توزيع عينة الدراسة حسب أفضل المواقع الإسلامية والنوع.

النوع / أفضل المواقع الإسلامية	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
الخليجية	47	54.65 %	60	39.47 %	107	44.96 %
المصرية	14	16.28 %	36	23.69 %	50	21.01 %
المغاريبية	14	16.28 %	32	21.05 %	46	19.33 %
لا أدري	10	11.63 %	22	14.47 %	32	13.44 %
مواقع أخرى	01	01.16 %	02	01.32 %	03	01.26 %
المجموع	86	100 %	152	100 %	238	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 5.19 درجة حرية = 4	كا ^{2} الجدولية = 9.48 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يبين الجدول رقم (34) النتائج الآتية:

- حازت المواقع الإسلامية الخليجية على المرتبة الأولى، إذ يفضلها نسبة 44.96% من أفراد عينة الدراسة.
- تليها المواقع الإسلامية المصرية بنسبة % 21.01.
- ثم المواقع الإسلامية المغاريبية بنسبة % 19.33.
- تمثل النسبة % 13.44 نسبة المبحوثين الذين لا يدرون ما هي أفضل المواقع الإسلامية.
- نسبة % 1.26 من المبحوثين يفضلون تصفح مواقع إسلامية أخرى غير المذكورة في الجدول كالمواقع الإسلامية التي تديرها الجاليات المسلمة.

* يفضل الذكور أكثر المواقع الإسلامية الخليجية إذ يتصفحها 54.65%، مقابل39.47% من الإناث اللاتي يتصفحنها.

* تفضل الإناث أكثرالمواقع الإسلامية المصرية إذ تتصفحها 23.69 % من الإناث مقابل 16.28 % من الذكور الذين يتصفحونها.

* تفضل الإناث أيضا المواقع الإسلامية المغاريبية بنسبة تقدر بـــ: 21.05 % مقابل النسبة 16.28 % من الذكور.

* تفوق نسبة الإناث اللاتي لا يدرين أي المواقع الإسلامية أفضل إذ تقدر بـــ: 14.47 % نسبة الذكور الذين لا يدرون أي المواقع أفضل حيث تقدر بـــ: 11.63 %.

* تتقارب نسبتي الذكور والإناث الذين يفضلون مواقع إسلامية أخرى وتقدر النسبتين على الترتيب بـــ: 1.16% و 1.32 %.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 5.19) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في تفضيل المواقع الإسلامية.

ب- أفضل المواقع الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (35): توزيع عينة الدراسة حسب أفضل المواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / أفضل المواقع الإسلامية	كلية العلوم		كلية ع. إج و ع.إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
الخليجية	42	42.43 %	65	46.76 %	107	44.96 %
المصرية	21	21.21 %	29	20.87 %	50	21.01 %
المغاربيية	16	16.16 %	30	21.58 %	46	19.33 %
لا أدري	19	19.19 %	13	09.35 %	32	13.44 %
مواقع أخرى	01	01.01 %	02	01.44 %	03	01.26 %
المجموع	99	100 %	139	100 %	238	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 5.33 — كا ^{2} الجدولية = 9.48						
درجة حرية = 4 — عند مستوى الدلالة (0.05).						

يوضح الجدول رقم (35) ما يأتي:

- تستقطب المواقع الإسلامية الخليجية أكثر طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس حيث تقدرنسبة متصفحيها بـــ: % 46.76، مقابل % 42.43 من طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحونها.

- تتقارب نسبتي متصفحي المواقع الإسلامية المصرية من الكليتين، إذ تقدر نسبة متصفحيها من طلبة وطالبات كلية العلوم بـــ: % 21.21، وتقدر نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس بـــ: % 20.87.

- تستقطب المواقع الإسلامية المغاربيية أكثر طلبة وطالبات كلية ع.اج وع.إس إذ تقدرنسبتهم بـــ: % 21.58، بينما تقدر نسبة متصفحيها من طلبة وطالبات كلية العلوم بـــ: % 16.16.

- تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لا يدرون أي المواقع الإسلامية أفضل والتي تقدر بـــ: % 19.19 نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس والتي تقدر بـــ: % 9.35.

- تتقارب نسبتي طلبة وطالبات كل من كلية العلوم وكلية ع.اج و ع.إس الذين يفضلون مواقع إسلامية أخرى وتقدران على الترتيب بـــ: % 1.01 و % 1.44.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 5.33) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 4 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين التخصصين وتفضيل مواقع إسلامية على أخرى.

19- أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية:

أ- أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية والنوع:

جدول رقم (36): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية والنوع.

النوع / أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
أسباب مادية	34	29.06 %	62	28.84 %	96	28.92 %
أسباب تقنية	12	10.26 %	30	13.95 %	42	12.65 %
أسباب علمية	38	32.48 %	70	32.56 %	108	32.53 %
أسباب سياسية	27	23.08 %	39	18.14 %	66	19.88 %
لا أدري	04	03.42 %	09	04.19 %	13	03.91 %
أسباب أخرى	02	01.70 %	05	02.32 %	07	02.11 %
المجموع	117	100 %	215	100 %	332	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 1.96 — درجة حرية = 5	كا ^{2} الجدولية = 11.07 — عند مستوى الدلالة (0.05).					

يبين الجدول رقم (36) أعلاه ما يأتي:

- ترى نسبة 32.53% من أفراد عينة الدراسة أن الأسباب العلمية هي أهم أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية.

- تليها النسبة 28.92 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يذهبون إلى أن التفاوت بين المواقع الإسلامية يرجع إلى أسباب مادية.

- تليها النسبة 19.88% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يرون أن التفاوت بين المواقع الإسلامية يرجع إلى أسباب سياسية.

- ثم النسبة 12.65% وتمثل نسبة الأفراد الذين يرون أن التفاوت بين المواقع الإسلامية يرجع إلى أسباب تقنية.

- تليها النسبة 3.91% وتمثل نسبة المبحوثين الذين لا يعلمون ماهي أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية.

- وأخيرا النسبة 2.11% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يرجعون أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية إلى أسباب أخرى هي: انتشار كبار العلماء والدعاة والمصلحين في بلدان دون أخرى، اهتمام بعض البلدان بالدعوة كدول الخليج مثلا وإحساسهم بالمسؤولية اتجاه الدعوة إلى الإسلام، قلة الاهتمام بالدعوة الإسلامية عبر شبكة الإنترنت خاصة في دول المغرب العربي.

- ترى النسبة 29.06 % من الذكور أن أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية هي أسباب مادية، مقابل 28.84 % من الإناث.

- ترى النسبة 10.26% من الذكور أن أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية أسباب تقنية، مقابل 13.95% من الإناث.

- ترى النسبة 32.48% من الذكور أن الأسباب العلمية هي أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية، مقابل النسبة 32.56% من الإناث اللاتي يرين أن الأسباب العلمية هي أسباب التفاوت.

- ترى النسبة 23.08 % من الذكور أن الأسباب السياسية هي أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية، مقابل النسبة 18.14 % من الإناث.

- 3.42 % من الذكور لا يدرون ما هي أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية، مقابل 4.19 % من الإناث اللاتي لا يدرين ماهي أسباب التفاوت.

- 1.70 % من الذكور يرجعون أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية إلى أسباب أخرى (وقد سبق ذكرها)، مقابل النسبة 2.32 % من الإناث.

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 1.96) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 11.07) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 5 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في آرائهم حول أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية.

ب- أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (37): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية	كلية العلوم		كلية ع. إج و ع.إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
أسباب مادية	36	25.90 %	60	31.09 %	96	28.92 %
أسباب تقنية	20	14.39 %	22	11.40 %	42	12.65 %
أسباب علمية	43	30.94 %	65	33.68 %	108	32.53 %
أسباب سياسية	26	18.70 %	40	20.73 %	66	19.88 %
لا أدري	10	07.19 %	03	01.55 %	13	03.91 %
أسباب أخرى	04	02.88 %	03	01.55 %	07	02.11 %
المجموع	139	100 %	193	100 %	332	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 8.85 درجة حرية = 5	كا ^{2} الجدولية = 11.07 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يتضح من الجدول رقم (37) أعلاه الآتي:

- تمثل النسبة 31.09 % نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يرجعون أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية إلى أسباب مادية، وهي أكبر من نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أن الأسباب المادية هي أسباب التفاوت والتي تقدر بـــ: 25.90 %.

- يرجع أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية إلى أسباب تقنية: % 14.39 من طلبة وطالبات كلية العلوم، و % 11.40 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- يرجع أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية إلى أسباب علمية 30.94% من طلبة وطالبات كلية العلوم، مقابل % 33.68 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- يرجع أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية إلى أسباب سياسية 18.70% من طلبة وطالبات كلية العلوم، مقابل % 20.73 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- 7.19% من طلبة وطالبات كلية العلوم لا يدرون ماهي أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية، مقابل % 1.55 من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- يرجع أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية إلى أسباب أخرى % 2.88 من طلبة وطالبات كلية العلوم، مقابل % 1.55 من طلبة و طالبات كلية ع.اج و ع.إس.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 8.85) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 11.07) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 5 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين التخصص العلمي وآراء المبحوثين في أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية.

20- أسباب تصفح المواقع الإسلامية:

أ- أسباب تصفح المواقع الإسلامية والنوع:

جدول رقم (38): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تصفح المواقع الإسلامية والنوع.

النوع / أسباب تصفح المواقع الإسلامية	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
للحصول على معلومات تتعلق بتخصصي الدراسي	25	13.23 %	40	13.89 %	65	13.63 %
للاستزادة من الثقافة الدينية	47	24.87 %	75	26.04 %	122	25.57 %
للحصول على آخر الأخبار	32	16.93 %	52	18.06 %	84	17.61 %
لطلب الفتوى	29	15.34 %	47	16.32 %	76	15.93 %
للتواصل مع آخرين لهم الاهتمامات نفسها	06	03.17 %	04	01.39 %	10	02.10 %
للمشاركة في الموقع: كتابة مقال، تعليق، استشارة مختص...	04	02.12 %	05	01.74 %	09	01.89 %
لتحميل: الكتب، الدروس والمحاضرات، الأناشيد...	29	15.34 %	46	15.97 %	75	15.72 %
من أجل الترفيه	02	01.06 %	02	0.69 %	04	0.84 %
للفضول فقط	15	07.94 %	17	05.90 %	32	06.71 %
أسباب أخرى	00	00 %	00	00 %	00	00 %
المجموع	189	100 %	288	100 %	477	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 2.9 درجة حرية = 9	كا ^{2} الجدولية = 16.91 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (38) النتائج الآتية:

- تشكل الاستزادة من الثقافة الدينية سبب لتصفح % 25.57 من المبحوثين المواقع الإسلامية، % 24.87 ذكور، و % 26.04 إناث.

- تليها النسبة % 17.61 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من أجل الحصول على آخر الأخبار، % 16.93 ذكور، و % 18.06 إناث.

- تليها النسبة % 15.93 وتمثل نسبة الأفراد الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من أجل طلب الفتوى، تقدر نسبة الذكور بـــ: % 15.34، ونسبة الإناث % 16.32.

- تليها النسبة % 15.72 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية لتحميل: الكتب، الدروس والمحاضرات، الأناشيد ...الخ، تقدر نسبة الذكور بـــ: % 15.34 أما نسبة الإناث فتقدر بـــ: % 15.97.

- تليها النسبة % 13.63 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية للحصول على معلومات تتعلق بتخصصاتهم الدراسية، نسبة الذكور % 13.23 و نسبة الإناث % 13.89.

- تليها النسبة % 6.71 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يكون الفضول هو دافعهم لتصفح المواقع الإسلامية، تقدر نسبة الذكور بـــ: % 7.94، و تقدر نسبة الإناث بـــ: % 5.90.

- ثم النسبة % 2.10 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من أجل التواصل مع آخرين لهم الاهتمامات نفسها، نسبة الذكور % 3.17، ونسبة الإناث % 1.39.

- ثم النسبة % 1.89 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من أجل المشاركة في الموقع: كتابة مقال، تعليق، استشارة مختص...الخ، تقدر نسبة الذكور بـــ: %2.12، وتقدر نسبة الإناث بـــ: % 1.74.

- تمثل النسبة % 0.84 نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من أجل الترفيه، نسبة الذكور % 1.06، ونسبة الإناث % 0.69.

- لا توجد أسباب أخرى غير الأسباب المذكورة في الجدول تدفع المبحوثين لتصفح المواقع الإسلامية.

* نلاحظ تقارب نسب الذكور والإناث في أسباب تصفح المواقع الإسلامية.

* نلاحظ أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة يتصفحون المواقع الإسلامية من أجل الاستزادة من الثقافة الدينية، تليها في المرتبة الثانية الحصول على الأخبار، ثم طلب الفتوى، وهذا أمر متوقع لأن المواقع الإسلامية تعتبر أهم مصدر للثقافة الإسلامية على شبكة الإنترنت.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 2.9) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 16.91) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 9 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه فإن متغير الجنس لا يتحكم في أسباب تصفح المبحوثين للمواقع الإسلامية.

ب- أسباب تصفح المواقع الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (39): توزيع عينة الدراسة حسب أسباب تصفح المواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / أسباب تصفح المواقع الإسلامية	**كلية العلوم**		**كلية ع. إج و ع. إس**		**المجموع**	
	ت	%	ت	%	ت	%
للحصول على معلومات تتعلق بتخصصي الدراسي	**06**	**02.86 %**	**59**	**22.10 %**	**65**	**13.63 %**
للاستزادة من الثقافة الدينية	**55**	**26.19 %**	**67**	**25.09 %**	**122**	**25.57 %**
للحصول على آخر الأخبار	**49**	**23.34 %**	**35**	**13.11 %**	**84**	**17.61 %**
لطلب الفتوى	**44**	**20.95 %**	**32**	**11.99 %**	**76**	**15.93 %**
للتواصل مع آخرين لهم الاهتمامات نفسها	**06**	**02.86 %**	**04**	**01.50 %**	**10**	**02.10 %**
للمشاركة في الموقع: كتابة مقال، تعليق، استشارة مختص...	**02**	**0.95 %**	**07**	**02.62 %**	**09**	**01.89 %**
لتحميل: الكتب، الدروس والمحاضرات، الأناشيد...	**31**	**14.76 %**	**44**	**16.48 %**	**75**	**15.72 %**
من أجل الترفيه	**02**	**0.95 %**	**02**	**0.75 %**	**04**	**0.84 %**
للفضول فقط	**15**	**07.14 %**	**17**	**06.36 %**	**32**	**06.71 %**
أسباب أخرى	**00**	**00 %**	**00**	**00 %**	**00**	**00 %**
المجموع	**210**	**100 %**	**267**	**100 %**	**477**	**100 %**
كا ^{2} المحسوبة = 47.99 درجة حرية = 9	كا ^{2} الجدولية = 16.91 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يتضح من الجدول رقم (39) أعلاه ما يأتي:

- يتصفح طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس المواقع الإسلامية أكثر من أجل الحصول على معلومات تتعلق بتخصصهم الدراسي، إذ تقدر نسبتهم بـــ: 22.10 %، مقابل نسبة صغيرة من طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحونها من أجل هذا السبب وتقدر بـــ: 2.86 %.

- تتقارب نسبتي طلبة وطالبات كلية العلوم وكلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من أجل الاستزادة من الثقافة الدينية، وتقدران على الترتيب بـــ: 26.19% و% 25.09.

- تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من أجل الحصول على آخر الأخبار وتقدر بـــ: 23.34 % نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحونها للسبب نفسه والتي تقدر بـــ: 13.11 %.

- تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحون المواقع الإسلامية من أجل طلب الفتوى وتقدر بـــ: 20.95 %، نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يتصفحونها للسبب نفسه والتي تقدر بـــ: 11.99%.

- في حين تتقارب نسب طلبة وطالبات الكليتين في باقي أسباب تصفحهم للمواقع الإسلامية.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول وجدنا (كا ^{2} المحسوبة= 47.99) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 16.91) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 9 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه فإن أسباب تصفح المواقع الإسلامية تختلف باختلاف التخصص العلمي للمبحوثين.

21- الأركان التي يهتم بها المبحوث في المواقع الإسلامية:

أ- الأركان التي يهتم بها المبحوث في المواقع الإسلامية والنوع:

جدول رقم (40): توزيع عينة الدراسة حسب الأركان التي يهتم بها المبحوث في المواقع الإسلامية والنوع.

النوع / الأركان التي يهتم بها المبحوث في المواقع. إ س	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
الأخبار	28	18.42 %	24	09.68 %	52	13 %
السياسة	12	07.89 %	08	03.23 %	20	05 %
القضايا الاجتماعية	20	13.16 %	67	27.02 %	87	21.75 %
القضايا الاقتصادية	03	01.97 %	06	02.42 %	09	02.25 %
الثقافة والفكر	29	19.08 %	53	21.37 %	82	20.50 %
الفن	06	03.95 %	07	02.82 %	13	03.25 %
العلوم الشرعية	53	34.87 %	82	33.06 %	135	33.75 %
أركان أخرى	01	0.66 %	01	0.40 %	02	0.50 %
المجموع	152	100 %	248	100 %	400	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 18.79 ، درجة حرية = 7	كا ^{2} الجدولية = 14.06 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (40) أعلاه ما يأتي:

- احتل ركن العلوم الشرعية المرتبة الألأولى من بين الألأ ركان التي يهتم بها المحبوثون في المواقع الإسلامية إذ قدرت نسبة الأفراد الذين يهتمون بهذا الركن: % 33.75.
- يليه ركن القضايا الاجتماعية بنسبة % 21.75.
- يليه ركن الثقافة والفكر بنسبة % 20.50.
- ثم ركن الأخبار بنسبة % 13.
- يليه ركن السياسة بنسبة % 5.

- ثم ركن الفن بنسبة % 3.25.

- ثم ركن القضايا الاقتصادية بنسبة % 2.25.

- وأخيرا أركان أخرى يهتم بها المبحوثون غير الأركان المذكورة بنسبة 0.50%، هذه الأركان هي: التنمية البشرية، مقارنة الأديان.

* هناك فروق بين الذكور والإناث في الأركان التي يهتمون بها في المواقع الإسلامية التي يتصفحونها كالآتي:

- يهتم الذكور أكثر بـــ: * ركن الأخبار بنسبة 18.42%، مقابل % 9.68 من الإناث.

* ركن السياسة بنسبة % 7.89، مقابل % 3.23 من الإناث.

- يهتم الإناث أكثر بركن القضايا الاجتماعية بنسبة % 27.02، مقابل % 13.16 من الذكور.

- تتقارب نسب الذكور والإناث في بقية الأركان: ركن القضايا الإقتصادية: نسبة الذكور % 1.97 و الإناث: % 2.42، ركن الثقافة والفكر: نسبة الذكور: % 19.08، و نسبة الإناث % 21.37، ركن الفن: نسبة الذكور % 3.95، ونسبة الإناث % 2.82، ركن العلوم الشرعية: نسبة الذكور % 34.87، ونسبة الإناث % 33.06، أركان أخرى: تقدر نسبة الذكور بـــ: % 0.66، ونسبة الإناث % 0.40.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول وجدنا (كا ^{2} المحسوبة= 18.79) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 14.06) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 7 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه فإن متغير الجنس يؤثر على اختيار الأركان التي يهتم بها المبحوثون في المواقع الإسلامية.

ب- الأركان التي يهتم بها المبحوث في المواقع الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (41): توزيع عينة الدراسة حسب الأركان التي يهتم بها المبحوث في المواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / الأركان التي يهتم بها المبحوث في المواقع. إس	كلية العلوم		كلية ع. إج و ع. إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
الأخبار	21	12.65 %	31	13.25 %	52	13 %
السياسة	06	03.62 %	14	05.98 %	20	05 %
القضايا الاجتماعية	43	25.90 %	44	18.80 %	87	21.75 %
القضايا الاقتصادية	04	02.41 %	05	02.14 %	09	02.25 %
الثقافة والفكر	30	18.07 %	52	22.22 %	82	20.50 %
الفن	05	03.01 %	08	03.42 %	13	03.25 %
العلوم الشرعية	56	33.74 %	79	33.76 %	135	33.75 %
أركان أخرى	01	0.60 %	01	0.43 %	02	0.50 %
المجموع	166	100 %	234	100 %	400	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 04.25 درجة حرية = 7	كا ^{2} الجدولية = 14.06 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (41) أعلاه ما يأتي:

- تتقارب نسبتي طلبة وطالبات كلية العلوم وكلية ع.اج و ع.إس الذين يهتمون بركن الأخبار في المواقع الإسلامية، إذ تقدر نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم بـــ: % 12.65 ، أما نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس فتقدر بـــ: % 13.25.

- تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يهتمون بركن السياسة إذ تقدر بـــ: 5.98% نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يهتمون بهذا الركن والتي تقدر بـــ: % 3.62.

- أيضا تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يهتمون بركن الثقافة والفكر وتقدر بـــ: 22.22 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يهتمون بهذا الركن وتقدر بـــ: 18.07 %.

- في حين نجد نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يهتمون بركن القضايا الاجتماعية وتقدر بـــ: 25.90 % أعلى من نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يهتمون بهذا الركن والتي تقدر بـــ: 18.80 %.

- تتقارب نسب طلبة وطالبات الكليتين في الاهتمام بباقي الأركان: ركن القضايا الاقتصادية، ركن الفن، ركن العلوم الشرعية، أركان أخرى.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 4.25) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 14.06) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 7 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين التخصص العلمي والأركان التي يهتم بها المبحوث في المواقع الإسلامية.

22- الخدمات التفاعلية التي تستغل في المواقع الإسلامية:

أ- الخدمات التفاعلية التي تستغل في المواقع الإسلامية والنوع:

جدول رقم (42): توزيع عينة الدراسة حسب الخدمات التفاعلية التي تستغل في المواقع الإسلامية والنوع.

النوع / الخدمات التفاعلية التي تستغل في المواقع. إس	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
البريد الإلكتروني	32	30.77 %	42	23.73 %	74	26.33 %
منتديات الحوار والدردشة	17	16.35 %	52	29.38 %	69	24.56 %
You tube	35	33.65 %	30	16.95 %	65	23.13 %
Face book	12	11.54 %	20	11.30 %	32	11.39 %
القوائم البريدية	02	01.92 %	10	05.65 %	12	04.27 %
غير محددة	06	05.77 %	23	12.99 %	29	10.32 %
خدمات أخرى	00	00 %	00	00 %	00	00 %
المجموع	104	100 %	177	100 %	281	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 19.08 درجة حرية = 6	كا ^{2} الجدولية = 12.59 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يبين الجدول رقم (42) أعلاه النتائج الآتية:

- يستخدم البريد الإلكتروني في المواقع الإسلامية بكثرة، إذ تقدر نسبة مستخدميه بـــ: 26.33 %، ويوافق هذا دراسة أحمد عبدلي حيث " تبيّن أن خدمة البريد الإلكتروني هي ثاني خدمة مستغلة من طرف المبحوثين، حيث يفضله (178) مبحوثا يمثلون نسبة 29.18% من إجمالي تكرارات أفراد عينة البحث" [1].
- يليه استخدام منتديات الحوار والدردشة بنسبة 24.56% .
- تليه خدمة YOU TUBE بنسبة 23.13% .

[1]- أحمد عبدلي: مستخدمو الإنترنت؛ دراسة ميدانية بولايتي سطيف وقسنطينة، مرجع سابق، ص (150).

- ثم خدمة FACE BOOK بنسبة 11.39% .

- تمثل النسبة 10.32% نسبة المبحوثين الذين لم يحددوا الخدمات التي يستفيدون منها في المواقع الإسلامية.

- تليها النسبة 4.27% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يستغلون القوائم البريدية.

- لاتوجد خدمات أخرى غير الخدمات المذكورة يستغلها المبحوثون في المواقع الإسلامية.

* نلاحظ أن هناك فروق بين الذكور والإناث في استغلال الخدمات التفاعلية في المواقع الإسلامية التي يتصفحونها كالآتي:

- يميل الذكور أكثر من الإناث إلى استغلال البريد الإلكتروني و YOU TUBE: نسبة الذكور الذين يستخدمون البريد الإلكتروني 30.77% ، مقابل 23.73% من الإناث، نسبة الذكور الذين يستخذمون 33.65% YOU TUBE ، مقابل 16.95% من الإناث.

- تميل الإناث أكثر من الذكور إلى استخدام منتديات الحوار والدردشة وأيضا القوائم البريدية، تستخدم منتديات الحوار والدردشة النسبة 29.38 % من الإناث، مقابل 16.35% من الذكور، تستخدم القوائم البريدية النسبة 5.65 % من الإناث، مقابل 1.92% من الذكور.

- نسبة الإناث اللاتي لم يحددن باقي الخدمات التي تستغلها في المواقع الإسلامية أكبر من نسبة الذكور.

- تتقارب نسبتي الجنسين في استخدام face book.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 19.08) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 6 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه فإن الذكور والإناث يختلفون في استغلال الخدمات التفاعلية التي تتيحها المواقع الإسلامية.

ب- الخدمات التفاعلية التي تستغل في المواقع الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (43): توزيع عينة الدراسة حسب الخدمات التفاعلية التي تستغل في المواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / الخدمات التفاعلية التي تستغل في المواقع. إس	كلية العلوم		كلية ع. إج و ع. إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
البريد الإلكتروني	25	21.74 %	49	29.52 %	74	26.33 %
منتديات الحوار والدردشة	25	21.74 %	44	26.51 %	69	24.56 %
You tube	27	23.48 %	38	22.89 %	65	23.13 %
Face book	16	13.91 %	16	09.64 %	32	11.39 %
القوائم البريدية	07	06.09 %	05	03.01 %	12	04.27 %
غير محددة	15	13.04 %	14	08.43 %	29	10.32 %
خدمات أخرى	00	00 %	00	00 %	00	00 %
المجموع	115	100 %	166	100 %	281	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 6.14 درجة حرية = 6	كا ^{2} الجدولية = 12.59 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (43) أعلاه النتائج الآتية:

- يميل طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس إلى استخدام البريد الإلكتروني ومنتديات الحوار والدردشة أكثر من طلبة وطالبات كلية العلوم، إذ تقدر نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يستخدمون البريد الإلكتروني بـــ: % 29.52 مقابل % 21.74 من طلبة وطالبات كلية العلوم، وتقدر نسبة طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يستخدمون منتديات الحوار والدردشة بـــ: % 26.51 مقابل % 21.74 من طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يستخدمون منتديات الحوار والدردشة.

- تتقارب نسبتي طلبة وطالبات كلية العلوم وكلية ع.اج و ع.إس الذين يستخدمون you tube إذ تقدران على الترتيب بـــ: % 23.48 و % 22.89.

- يميل طلبة وطالبات كلية العلوم أكثر إلى استخدام **face book** بنسبة 13.91 % مقابل 9.64 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس، وأيضا استخدام القوائم البريدية بنسبة% 6.09 مقابل 3.01 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- بينما بلغت نسبة الأفراد الذين لم يحددوا الخدمات التفاعلية التي يستغلونها في المواقع الإسلامية 13.04 % بالنسبة لطلبة وطالبات كلية العلوم، و 8.43 % بالنسبة لطلبة و طالبات كلية ع.اج و ع.إس.

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 6.14) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 6 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين التخصصين في الخدمات التفاعلية التي يستغلها أفراد عينة الدراسة في المواقع الإسلامية.

23- المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية:

أ- المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية والنوع:

جدول رقم (44): توزيع عينة الدراسة حسب المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية والنوع.

النوع / المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية على الإنترنت	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
لا يتوفر لمعظمها دعم مادي مستمر	27	20.15 %	45	18.44 %	72	19.05 %
ضعف التصميم الفني والتقني لها	13	09.70 %	21	08.61 %	34	08.99 %
هزالة المادة المعروضة	10	07.46 %	15	06.15 %	25	06.61 %
عدم كفاءة القائمين عليها	10	07.46 %	13	05.33 %	23	06.09 %
عدم شهرتها	24	17.91 %	47	19.26 %	71	18.78 %
قلة المستخدمين لها	31	23.14 %	71	29.10 %	102	26.99 %
قلة اللغات التي تستخدمها في عرض محتوياتها	15	11.19 %	29	11.88 %	44	11.64 %
مشاكل أخرى	04	02.99 %	03	01.23 %	07	01.85 %
المجموع	134	100 %	244	100 %	378	100 %
كا ^{2} المحسوبة = 3.73 درجة حرية = 7	كا ^{2} الجدولية = 14.06 عند مستوى الدلالة (0.05).					

- من أهم المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية قلة المستخدمين لها، إذ حاز على المرتبة الأولى بنسبة % 26.99، تشكل نسبة الذكور % 23.14 ونسبة الإناث % 29.10.

- يليها في المرتبة الثانية عدم توفر لمعظم المواقع الإسلامية دعم مادي مستمر، إذ حاز على النسبة % 19.05، تشكل نسبة الذكور % 20.15 و نسبة الإناث % 18.44.

- يليها في المرتبة الثالثة عدم شهرتها بنسبة % 18.78، تشكل نسبة الذكور% 17.91 و نسبة الإناث % 19.26.

- يليها مشكل قلة اللغات التي تستخدمها في عرض محتوياتها بنسبة % 11.64، تشكل نسبة الذكور % 11.19 و نسبة الإناث % 11.88.

- ثم مشكل ضعف التصميم الفني والتقني لها بنسبة % 8.99، تقدر نسبة الذكور بـــ: % 9.70 وتقدر نسبة الإناث بـــ: % 8.61.

- يليها مشكل هزالة المادة المعروضة بنسبة % 6.61، يشكل الذكور النسبة % 7.46 و الإناث النسبة % 6.15.

- ثم مشكل عدم كفاءة القائمين على المواقع الإسلامية بنسبة % 6.09، يشكل الذكور النسبة % 7.46 والإناث النسبة % 5.33.

- وأخيرا مشاكل أخرى بنسبة % 1.85، يشكل الذكور النسبة % 2.99، والإناث النســبة % 1.23.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 3.73) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 14.06) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 7 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في آرائهم حول المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية.

ب- المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية والتخصص العلمي:

جدول رقم (45): توزيع عينة الدراسة حسب المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية والتخصص العلمي.

التخصص العلمي / المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية على الإنترنت	كلية العلوم		كلية ع. إج و ع. إس		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
لا يتوفر لمعظمها دعم مادي مستمر	28	17.50 %	44	20.18 %	72	19.05 %
ضعف التصميم الفني والتقني لها	09	05.62 %	25	11.47 %	34	08.99 %
هزالة المادة المعروضة	05	03.13 %	20	09.18 %	25	06.61 %
عدم كفاءة القائمين عليها	06	03.75 %	17	07.80 %	23	06.09 %
عدم شهرتها	37	23.13 %	34	15.60 %	71	18.78 %
قلة المستخدمين لها	51	31.87 %	51	23.39 %	102	26.99 %
قلة اللغات التي تستخدمها في عرض محتوياتها	22	13.75 %	22	10.09 %	44	11.64 %
مشاكل أخرى	02	01.25 %	05	02.29 %	07	01.85 %
المجموع	160	100 %	218	100 %	378	100 %
كا^2 المحسوبة = 18.21 درجة حرية = 7	كا^2 الجدولية = 14.06 عند مستوى الدلالة (0.05).					

يوضح الجدول رقم (45) أعلاه ما يأتي:

– تمثل النسبة 17.50 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أنه من المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية أنه لا يتوفر لمعظمها دعم مادي مستمر، مقابل 20.18 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

– تمثل النسبة 5.62 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أنه من المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية ضعف التصميم الفني والتقني لها، مقابل 11.47% من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

– يرى 3.13% من طلبة وطالبات كلية العلوم أن من المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية هزالة محتواها مقابل 9.18 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يرون ذلك.

- يرى 3.75 % من طلبة وطالبات كلية العلوم أن من المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية عدم كفاءة القائمين عليها، مقابل 7.80 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس الذين يرون ذلك.

- تمثل النسبة 23.13 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أنه من المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية عدم شهرتها، مقابل 15.60 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج وع.إس.

- تمثل النسبة 31.87 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أنه من المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية قلة المستخدمين لها، مقابل 23.39 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- تمثل النسبة 13.75 % نسبة طلبة وطالبات كلية ا لعلوم الذين يرون أنه من المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية قلة اللغات التي تستخدمها في عرض محتوياتها، مقابل 10.09 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

- تمثل النسبة 1.25 % نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يرون أن هناك مشاكل أخرى تواجه المواقع الإسلامية هذه المشاكل هي: ترهيب الناس من المواقع الإسلامية، معظمها يتوجه لخدمة أغراض حزبية تخص جماعة معينة مما يجعلها تتسم بالذاتية، عدم اعتماد أساليب علمية حديثة، مقابل 2.29 % من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس.

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 18.21) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 14.06) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 7 درجات حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه فإن متغير التخصص العلمي يتحكم في آراء المبحوثين حول المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية.

من أهم النتائج التي خلصنا إليها من خلال هذا الفصل أن معظم أفراد عينة الدراسة يتصفحون المواقع الإسلامية، وأن من أهم أسباب عدم تصفح بعض المبحوثين لها الأسباب المادية، يتصفح المبحوثون المواقع الإسلامية في مدة قصيرة مقارنة بمدة تصفحهم للإنترنت، ويفضلون بالدرجة الأولى المواقع الإسلامية العامة من أجل تلبية احتياجاتهم المعرفية بالدرجة الأولى إضافة إلى أسباب أخرى.

الفصل الخامس

اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو المواقع الإسلامية

المبحث الأول: الاتجاهات نحو خصائص المواقع الإسلامية

المبحث الثاني: الاتجاهات نحو انعكاسات المواقع الإسلامية

المبحث الثالث: اقتراحات أفراد عينة الدراسة للتحسين من أداء المواقع الإسلامية

الفصل الخامس: اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو المواقع الإسلامية

نتناول في هذا الفصل اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو بعض خصائص المواقع الإسلامية: خصائص المحتوى، خصائص القائمين على هذه المواقع، وكذا اتجاهاتهم نحو انعكاسات المواقع الإسلامية على متصفحيها، وتتمثل أهمية هذا الفصل في معرفة آراء المبحوثين في المواقع الإسلامية وكذا معرفة الإشباعات التي يحققونها من تصفحها، وفيما يأتي عرض لأهم النتائج المتوصل إليها:

المبحث الأول: الاتجاهات نحو خصائص المواقع الإسلامية

يبين الجدول رقم (1) ما يأتي:

- تمثل النسبة 44.13% نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يقفون موقف الحياد من العبارة "أتصفح المواقع الإسلامية لأنها تحتوي على الأدوات التفاعلية: البريد الإلكتروني، منتديات الحوار...الخ".

- تليها النسبة 38.03% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يوافقون على العبارة (1).

- تليها النسبة 9.86% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يعارضون العبارة (1).

- ثم النسبة 6.10% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يوافقون بشدة على العبارة (1).

- وأخيرا النسبة 1.88% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يعارضون بشدة العبارة (1).

* نلاحظ أن اتجاه أفراد عينة الدراسة نحو العبارة (1) إيجابي، إذ تقدر شدة الاتجاه بـــ (0.36)، أي أن المبحوثين يوافقون على أنهم يتصفحون المواقع الإسلامية لأنها تحتوي على الأدوات التفاعلية، وذلك لما لها من أهمية في تفاعل الزوار مع الموقع، وكذا مع بعضهم البعض.

* نلاحظ أن إناث كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (1) من ذكور الكلية، إذ تقدر شدة اتجاههن بـــ (0.29) بنسبة (13.23% موافق بشدة و 33.87% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.17) بنسبة (13.04% موافق بشدة و 17.39% موافق).

* نلاحظ أيضا أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (1) من ذكور الكلية، فتقدر شدة اتجاههن بـــ (0.47) بنسبة (6.76% موافق بشدة و 45.94% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.38) بنسبة (5.56% موافق بشدة و 40.74% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (1) (وتقدر شدة اتجاههم بـــ: 0.43) من طلبة وطالبات كلية العلوم (وتقدر شدة اتجاههم بـــ: 0.25).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على بيانات الجدول (1) فإن (كا ^{2} المحسوبة= 17.56) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنس والتخصص العلمي في شدة الاتجاه نحو العبارة (1).

دلت النتائج المبينة في الجدول رقم (2) على ما يأتي:

- تمثل النسبة 61.03% أعلى نسبة في الجدول، وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يوافقون على العبارة " تستخدم المواقع الإسلامية التي أتصفحها مختلف الوسائط المتعددة: صوت، صورة، فيديو...الخ".

- تليها النسبة 17.37% وتمثل نسبة أفراد العينة المحايدين للعبارة (2).

- ثم النسبة 15.02% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (2).

- تليها النسبة 5.17% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (2).

- وأخيرا النسبة 1.41% وهي نسبة قليلة تمثل نسبة أفراد العينة الذين يعارضون بشدة العبارة (2).

* نلاحظ أن اتجاه أفراد العينة نحو العبارة (2) إيجابي، أي أنهم يوافقون على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تستخدم مختلف الوسائط المتعددة، حيث تقدر شدة اتجاههم بـــ: (0.83).

* نلاحظ تقارب شدتي اتجاه كل من ذكور وإناث كلية العلوم نحو العبارة (2) وتقدران على الترتيب بـــ: (0.78) بنسبة (21.74% موافق بشدة و 39.13% موافق)، و (0.79) بنسبة (8.07% موافق بشدة و 67.74% موافق).

* نلاحظ أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (2) من ذكور الكلية، حيث تقدر شدة اتجاههن بـــ: (0.98) بنسبة (18.92% موافق بشدة و 64.86% موافق)، بينما تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ: (0.68) بنسبة (14.81% موافق بشدة و 57.41% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة (شدة الاتجاه= 0.85) على العبارة (2) من طلبة وطالبات كلية العلوم (وتقدر شدة اتجاههم بـــ: 0.78).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على بيانات الجدول رقم (2)، فإن (كا ^{2} المحسوبة= 21.04) وهي أكبر من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإنه توجد فروق دالة إحصائيا بين كل من

دلت بيانات الجدول رقم (3) على الآتي:

[illegible]

- ثم النسبة 34.27% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يقفون موقف الحياد من العبارة (3).
- تليها النسبة 10.33% وتمثل نسبة الأفراد الذين يوافقون بشدة على العبارة (3).
- ثم النسبة 7.51% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (3).
- وأخيرا النسبة 0.47% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (3).

* تقدر شدة اتجاه أفراد العينة نحو العبارة (3) بـــ (0.59) وهو اتجاه إيجابي.

* نلاحظ أن شدة اتجاه ذكور كلية العلوم بالموافقة نحو العبارة (3) أكبر من شدة اتجاه إناث الكلية نحوها إذ تقدر الشدتين على الترتيب بـــ: (0.65) بنسبة (13.05% موافق بشدة و 52.17% موافق)، و (0.48) بنسبة (8.06% موافق بشدة و 43.55% موافق).

* نلاحظ أيضا أن ذكور كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (3) من الإناث، إذ تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.66) بنسبة (12.96% موافق بشدة و 48.15% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.62) بنسبة (9.46% موافق بشدة و 48.65% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (3) وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.64) من طلبة وطالبات كلية العلوم وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.52).

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 9.06) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين كل من الجنس والتخصص العلمي و شدة اتجاه المبحوثين نحو العبارة (3).

يتضح من الجدول رقم (4) ما يأتي:

- تليها النسبة 38.97% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يقفون موقف الحياد من العبارة (4).
- ثم النسبة 10.80% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (4).
- تليها النسبة 7.04% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (4).
- وأخيرا النسبة 1.82% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يعارضون بشدة العبارة (4).

* نلاحظ أن اتجاه أفراد العينة نحو العبارة (4) إيجابي، أي أنهم يوافقون على أن بعض برامج وخدمات المواقع الإسلامية التي يتصفحونها معطلة، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.52).

* نلاحظ أن ذكور كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (4) من إناث الكلية، إذ تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.52) بنسبة (8.70% موافق بشدة و 43.48% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.48) بنسبة (6.45% موافق بشدة و 43.55% موافق).

* بالمقابل فإن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (4) من ذكورها، إذ تقدر شدة اتجاههن بـــ (0.72) بنسبة (17.57% موافق بشدة و 43.25% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.27) بنسبة (7.41% موافق بشدة و 35.19% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (4) وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.53) من طلبة وطالبات كلية العلوم وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.49).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول رقم (4) فإن (كا ^{2} المحسوبة= 14.75) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين كل من الجنس والتخصص العلمي و شدة الاتجاه نحو العبارة " بعض برامج وخدمات المواقع الإسلامية التي أتصفحها معطلة".

دلت بيانات الجدول رقم (5) على الآتي:

– حازت نسبة المبحوثين الموافقين على العبارة (5) "المواضيع المعروضة في المواقع الإسلامية التي أتصفحها غير شاملة لجميع مجالات الحياة" على النسبة الأعلى في الجدول إذ قدرت بـــ : 42.25% .

– تليها النسبة 28.17% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يقفون موقف الحياد من العبارة (5).

– ثم النسبة 19.25% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يعارضون العبارة (5).

– تأتي بعدها النسبة 6.10% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يوافقون بشدة العبارة (5).

– وأخيرا النسبة 4.23% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (5).

* نلاحظ أن إناث كلية العلوم أشد موافقة على أن المواضيع المعروضة في المواقع الإسلامية التي يتصفحنها غير شاملة لجميع مجالات الحياة من ذكور الكلية، إذ تقدر شدة اتجاههن بـــ: (0.29) بنسبة (3.23% موافق بشدة و 46.77% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ: (00) بنسبة (4.35% موافق بشدة و 26.06% موافق).

* نلاحظ أن شدة اتجاه ذكور كلية ع.اج و ع.إس بالموافقة نحو العبارة (5) أكبر من شدة اتجاه الإناث، تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.30) بنسبة (11.11% موافق بشدة و 44.45% موافق)، وشدة اتجاه الإناث (0.24) بنسبة (5.41% موافق بشدة و 41.89% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (5) من طلبة وطالبات كلية العلوم، وتقدر شدتي اتجاه طلبة وطالبات الكليتين على الترتيب بـــ (0.30) و (0.21).

وبتطبيق اختباركا ^{2} على بيانات الجدول، وجد أن (كا ^{2} المحسوبة= 14.85) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين كل من الجنس و التخصص العلمي و شدة اتجاه المبحوثين نحو العبارة " المواضيع المعروضة في المواقع الإسلامية التي أتصفحها غير شاملة لجميع مجالات الحياة ".

يبن الجدول رقم (6) عدة نتائج أهمها:

- 47.89% من أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن المواضيع المعروضة في المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تراعي واقع الناس و اهتماماتهم .

- تليها النسبة 30.04 % وتمثل نسبة أفراد العينة المحايدين للعبارة (6).

- بعدها النسبة 10.80 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (6).

- تليها النسبة 9.86% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (6).

- وأخيرا النسبة 1.41% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يعارضون بشدة العبارة (6).

* نلاحظ أن المبحوثين يوافقون على العبارة: " تراعي المواضيع المعروضة في المواقع الإسلامية التي أتصفحها واقع الناس واهتماماتهم "، وتقدر شدة اتجاههم نحوها بـــ (0.53).

* نلاحظ أن ذكور كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (6) من إناث الكلية، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.52) بنسبة (17.39% موافق بشدة و 34.78% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.45) بنسبة (3.23% موافق بشدة و 51.61% موافق).

* نلاحظ أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (6) من الذكور، وتقدر شدة اتجاههن بـــ (0.68) بنسبة (12.16% موافق بشدة و 51.35% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.44) بنسبة (11.11% موافق بشدة و 44.45 % موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (6) (وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.58)) من طلبة وطالبات كلية العلوم وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.47).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 14.06) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإنه لا توجد علاقة فارقة بين كل من الجنس والتخصص العلمي و شدة اتجاه أفراد العينة نحو العبارة " تراعي المواضيع المعروضة في المواقع الإسلامية التي أتصفحها واقع الناس واهتماماتهم".

يوضح الجدول رقم (7) ما يأتي:

- تليها النسبة 30.52% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون على العبارة (7).
- تليها النسبة 30.05% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (7).
- ثم النسبة 3.75% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (7).
- وأخيرا النسبة 2.35% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (7).

* نلاحظ أن اتجاه أفراد العينة نحو العبارة (7) سلبي إذ تقدر شدة الاتجاه بـــ (-0.02) أي أنهم يرفضون أن تكون المواضيع التي تدرجها المواقع الإسلامية التي يتصفحونها قليلة.

* نلاحظ أن ذكور كلية العلوم أشد رفضا للعبارة (7) من إناث الكلية، وتقدر شدة اتجاه الجنسين على الترتيب بـــ (-0.17) بنسبة (30.43% معارض و 8.70% معارض بشدة) ، و (-0.11) بنسبة (29.03% معارض و 3.23% معارض بشدة).

* نلاحظ أن ذكور وإناث كلية ع.اج و ع.إس يوافقون على العبارة (7) وتقدر شدة اتجاهيهما على التوالي بـــ (0.07) و (0.02).

* إذن يرفض طلبة وطالبات كلية العلوم العبارة (7) وتقدر شدة اتجاههم بـــ (-0.12)، ويوافق عليها طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس وتقدر شدة اتجاههم نحوها بـــ (0.04).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 14.09) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين كل من الجنس والتخصص العلمي و شدة اتجاه المبحوثين نحو العبارة: " المواضيع التي تدرجها المواقع الإسلامية التي أتصفحها قليلة".

تدل بيانات الجدول رقم (8) على عدة نتائج أهمها:

- تمثل النسبة 52.58% أعلى نسبة في الجدول، وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون على أن بعض المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تساهم في طرح حلول بعض القضايا والأزمات المحلية والإقليمية والعالمية بخلفية إسلامية.
- تليها النسبة 28.64% وتمثل نسبة أفراد عينة الدراسة المحايدين للعبارة (8).
- ثم النسبة 7.98% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (8).
- تليها النسبة 7.04% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (8).
- وأخيرا النسبة 3.76% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (8).

* نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة يتجهون اتجاها إيجابيا نحو العبارة (8)، أي أنهم يوافقون على أن بعض المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تساهم في طرح حلول بعض القضايا والأزمات المحلية والإقليمية والعالمية بخلفية إسلامية، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.53).

* نلاحظ أن ذكور كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (8) من إناث الكلية، تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.73) بنسبة (13.04% موافق بشدة و 52.17% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.48) بنسبة (3.23% موافق بشدة و 61.29% موافق).

* نلاحظ أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (8) من الذكور، وتقدر شدة اتجاههن بـــ (0.55) بنسبة (8.11% موافق بشدة و 51.35% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.50) بنسبة (11.11% موافق بشدة و 44.44% موافق).

* نلاحظ تقارب شدتي اتجاه طلبة وطالبات الكليتين نحو العبارة (8)، تقدر شدة اتجاه طلبة وطالبات كلية العلوم بـــ(0.55)، وتقدر شدة اتجاه طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس بـــ (0.53).

وبتطبيق اختبار كا^2 على أرقام الجدول رقم (8) وجدنا (كا^2 المحسوبة= 10.67) وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية (كا^2= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، إذن لا توجد فروق دالة إحصائيا بين كل من الجنس والتخصص وشدة اتجاه أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تساهم بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها في طرح حلول بعض

يتضح من الجدول رقم (9) ما يأتي:

- بعدها تأتي النسبة 37.56% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يوافقون على أن القائمين على المواقع الإسلامية لا يهتمون بالتحديث الآني لمحتوياتها.

- ثم النسبة 13.62% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (9).

- تليها النسبة 4.23% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (9).

- وأخيرا النسبة 0.93% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (9).

* نلاحظ أن المبحوثين يوافقون على أنه لا يهتم القائمون على بعض المواقع الإسلامية التي يتصفحونها بالتحديث الآني لمحتوياتها، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.30).

* نلاحظ أن ذكور كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (9) من إناث الكلية، حيث تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.39) بنسبة (4.35% موافق بشدة و 47.83% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.30) بنسبة (3.23% موافق بشدة و 37.10% موافق).

* نلاحظ أيضا أن ذكور كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (9) من إناثها، تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.33) بنسبة (7.41% موافق بشدة و 35.19% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.25) بنسبة (2.20% موافق بشدة و 36.49% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (9) من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس وتقدر شدة اتجاههم على الترتيب بـــ : (0.32) و (0.28).

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة = 8.67) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه فإن متغيرا الجنس والتخصص العلمي لا يؤثران في شدة اتجاه المبحوثين نحو العبارة: " لا يهتم القائمون على بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها بالتحديث الآني لمحتوياتها ".

توضح بيانات الجدول رقم (10) عدة نتائج أهمها:

- يوافق على العبارة: " توجد مظاهر الإهمال في بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها من خلال: الأخطاء الإملائية، اللغوية ، النحوية...الخ" 39.91% من مجموع أفراد عينة الدراسة.
- 34.27% من المبحوثين يقفون موقف الحياد من العبارة (10).
- تليها النسبة 15.02% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (10).
- ثم النسبة 9.86% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (10).
- وأخيرا النسبة 0.94% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يعارضون بشدة العبارة (10).

* نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة يتجهون اتجاها إيجابيا نحو العبارة (10)، أي أنهم يوافقون على أنه توجد مظاهر الإهمال في بعض المواقع الإسلامية التي يتصفحونها، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.42).

* نلاحظ أن إناث كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (10) من ذكور الكلية، تقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.46) بنسبة (9.68% موافق بشدة و 38.71% موافق)، بينما تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.17) بنسبة (8.70% موافق بشدة و 30.44% موافق).

* نلاحظ أيضا أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (10) من ذكور الكلية، تقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.48) بنسبة (12.16% موافق بشدة و 39.19% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.40) بنسبة (7.41% موافق بشدة و 46.30% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (10) (وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.45) من طلبة وطالبات كلية العلوم الذين تقدر شدة اتجاههم بـــ (0.38).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول وجدنا (كا ^{2} المحسوبة= 9.38) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين كل من الجنس والتخصص العلمي وشدة اتجاه المبحوثين نحو العبارة " توجد مظاهر الإهمال في بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها من خلال: الأخطاء الإملائية، اللغوية، النحوية ...الخ.

يتضح من الجدول رقم (11) الآتي:

- 16.43% من أفراد العينة يوافقون بشدة على العبارة (11).
- 12.21% من أفراد عينة الدراسة يقفون موقف الحياد من العبارة (11).
- 4.69% من المبحوثين يعارضون العبارة (11).
- وأخيرا النسبة 1.41% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (11).

* نلاحظ أن المبحوثين يوافقون على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تساهم في حل بعض مشاكل الشباب، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.90).

* نلاحظ تقارب شدتي اتجاه كل من ذكور وإناث كلية العلوم نحو العبارة (11)، حيث تقدران على الترتيب بـــ (0.95) و (0.93).

* نلاحظ أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (11) من ذكور الكلية، إذ تقدر شدة اتجاههن بـــ (0.94) بنسبة (17.57% موافق بشدة و 64.86% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.79) بنسبة (16.67% موافق بشدة و 61.11% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (11) من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس، وتقدر شدة اتجاهيهما على الترتيب بـــ: (0.94) و (0.88).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 8.04) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}=21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه فإن متغيرا الجنس والتخصص العلمي لا يتحكمان في شدة اتجاه المبحوثين نحو العبارة: " تساهم المواقع الإسلامية التي أتصفحها في حل بعض مشاكل الشباب ".

يبن الجدول رقم (12) عدة نتائج أهمها:

- تأتي بعدها النسبة 32.86% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون على العبارة (12).
- ثم النسبة 18.31% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (12).
- تليها النسبة 6.57% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (12).
- و أخيرا النسبة 6.11% وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يوافقون بشدة على العبارة (12).

* نلاحظ أن اتجاه أفراد العينة نحو العبارة (12) إيجابي، أي أنهم يوافقون على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها شكّلت لهم مصدرا للفتاوى بديلا عن المصادر الأخرى، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.13).

* نلاحظ أن إناث كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (12) من ذكور الكلية، إذ تقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.22) بنسبة (3.23% موافق بشدة و 37.10% موافق)، بينما تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.13) بنسبة (8.70% موافق بشدة و 17.39% موافق).

* نلاحظ أن ذكور كلية ع.اج و ع.إس يتجهون اتجاها سلبيا نحو العبارة(12)، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (-0.11) بنسبة (24.07% معارض و 12.96% معارض بشدة)،بينما تتجه إناث الكلية اتجاها إيجابيا نحو العبارة (12) وتقدر شدة اتجاههن بـــ (0.24) بنسبة (10.81 % موافق بشدة و 32.43% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (12) (وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.20))، من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.09).

وبتطبيق اختبار كا^2 على أرقام الجدول (12) فإن (كا^2 المحسوبة= 19.05) وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية (كا^2= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متغيرا الجنس والتخصص العلمي في شدة اتجاه أفراد العينة نحو العبارة: " شكّلت لي المواقع الاسلامية التي أتصفحها مصدرا للفتاوى بديلا

يوضح الجدول رقم (13) عدة نتائج أهمها:

– حاز الذين يوافقون على العبارة " تعتبر بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها مصدرا هاما للأخبار، لأنها تدرج الأخبار المحلية والإقليمية والعالمية وفي جميع المجالات" أعلى نسبة في الجدول وتقدر بـــ : 39.91% .

– تليها النسبة 28.64% وتمثل نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يقفون موقف الحياد من هذه العبارة.

– ثم النسبة 20.19% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (13).

– و أخيرا النسبة 5.63% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (13)، والنسبة نفسها للذين يعارضون بشدة العبارة (13).

* نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن بعض المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تعتبر مصدرا هاما للأخبار، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.19).

* نلاحظ أن ذكور كلية العلوم يتجهون اتجاها سلبيا نحو العبارة (13) وتقدر شدة اتجاههم بـــ (-0.08) بنسبة (30.44% معارض و 4.34% معارض بشدة)، بينما يتجه إناث الكلية اتجاها إيجابيا نحو هذه العبارة، وتقدر شدة اتجاههن بـــ (0.20) بنسبة (8.06% موافق بشدة و 33.87% موافق).

* نلاحظ أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (13) من ذكور الكلية، حيث تقدر شدة اتجاههن بـــ (0.39) بنسبة (6.76% موافق بشدة و 48.65% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.03) بنسبة (3.70% موافق بشدة و 38.89% موافق).

* نلاحظ أن شدة اتجاه طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس (وتقدر بـــ : 0.24) أكبر من شدة اتجاه طلبة وطالبات كلية العلوم التي تقدر ب (0.12) فهم أشد منهم موافقة على العبارة (13).

وبحساب كا ^{2} المحسوبة (كا ^{2}= 12.04) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإنه لا توجد علاقة فارقة بين كل من الجنس والتخصص و شدة اتجاه أفراد عينة الدراسة نحو العبارة:

"تعتبر المواقع الاسلامية التي أتصفحها مصدرا هاما للأخبار لأنها تدرج الأخبار المحمحلية والاقليمية

دلت بيانات الجدول (14) على ما يأتي:

- 20.19% من أفراد عينة الدراسة بقوا محايدين اتجاه العبارة (14).
- 15.02% من المبحوثين يعارضون العبارة (14).
- تليها النسبة 13.62% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (14).
- وأخيرا النسبة 3.75% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (14).

* نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن المواقع الإسلامية أصبحت تنافس بجدية المصادر الدعوية الأخرى مثل: الفضائيات الدينية، الصحف والمجلات الإسلامية ...الخ، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.52).

* نلاحظ أن إناث كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (14) من ذكور الكلية، إذ تقدر شدة اتجاههن نحوها بـــ (0.56) بنسبة (9.68% موافق بشدة و 54.84% موافق)، في حين تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.21) بنسبة (4.35% موافق بشدة و 39.13% موافق).

* أيضا فإن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (14) من ذكور الكلية، إذ تقدر شدة اتجاههن نحوها بـــ (0.63) بنسبة (17.57% موافق بشدة و 47.30% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.44) بنسبة (16.67% موافق بشدة و 42.59% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة عى العبارة (14) من طلبة وطالبات كلية العلوم، وتقدر شدة اتجاهيهما على الترتيب بـــ (0.55) و (0.47).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 16.73) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05) ومنه فإنه لا توجد علاقة فارقة بين كل من الجنس والتخصص وشدة الاتجاه نحو العبارة: " أصبحت المواقع الإسلامية تنافس بجدية المصادر الدعوية الأخرى مثل: الفضائيات الدينية، الصحف والمجلات الإسلامية ...الخ".

يتضح من الجدول رقم (15) ما يأتي:

[illegible]

- تليها النسبة 21.15% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (15).
- ثم النسبة 9.39% وتمثل نسبة المبحوثين المحايدين للعبارة (15).
- تليها النسبة 2.35% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (15).
- وأخيرا النسبة 0.46% وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (15).

* نلاحظ أن المبحوثين يوافقون على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تساهم في إثراء الثقافة الدينية، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (1.05).

* نلاحظ أن ذكور كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (15) من إناث الكلية، إذ تقدر شدة اتجاههم بـــ (1.17) بنسبة (34.78% موافق بشدة و 52.17% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (1.09) بنسبة (16.13% موافق بشدة و 79.03% موافق).

* نلاحظ أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (15) من ذكورها، إذ تقدر شدة اتجاههن بـــ (1.08) بنسبة (24.33% موافق بشدة و 60.81% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.92) بنسبة (16.67% موافق بشدة و 66.67% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (15) من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس، وتقدر شدتي الاتجاه على الترتيب بـــ (1.11) و (1.01).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 14.4) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، إذن لا توجد فروق دالة إحصائيا بين كل من متغيري الجنس والتخصص العلمي وشدة اتجاه المبحوثين نحو العبارة: " تساهم المواقع الإسلامية التي أتصفحها في إثراء الثقافة الدينية".

توضح بيانات الجدول رقم (16) عدة نتائج أهمها:

- تليها النسبة 20.19 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يقفون موقف الحياد من هذه العبارة.
- ثم النسبة 9.86 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (16).
- تأتي بعدها النسبة 1.41 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (16).
- وأخيرا النسبة 0 % وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (16).

* نلاحظ أن المبحوثين يوافقون على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تساهم في إثراء الثقافة العامة، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.86).

* نلاحظ أن ذكور كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (16) من الإناث، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.82) بنسبة (8.69% موافق بشدة و 65.22% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.77) بنسبة (4.84% موافق بشدة و 69.36% موافق).

* نلاحظ أيضا أن ذكور كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (16) من الإناث، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.98) بنسبة (14.81% موافق بشدة و 70.37% موافق)، وتقدر شدة اتجاه الإناث بـــ (0.87) بنسبة (10.81% موافق بشدة و 67.57% موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (16) (وتقدر شدة اتجاههم نحوها بـــ : 0.92) من طلبة وطالبات كلية العلوم (وتقدر شدة اتجاههم بـــ : 0.78).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول (16) وجدنا (كا ^{2} المحسوبة= 5.74) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، ومنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنس والتخصص العلمي وشدة اتجاه أفراد عينة الدراسة نحو العبارة: " تساهم المواقع الإسلامية التي أتصفحها في إثراء الثقافة العامة".

يوضح الجدول رقم (17) ما يأتي:

- تليها النسبة % 24.88 وتمثل نسبة المبحوثين المحايدين لهذه العبارة.
- ثم النسبة % 11.74 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يوافقون بشدة على العبارة (17).
- تليها النسبة % 5.16 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (17).
- وأخيرا النسبة % 0.47 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (17).

* نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تصحح بعض المفاهيم والأخطاء السائدة وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.75).

* نلاحظ أن إناث كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (17) من ذكور الكلية، إذ تقدر شدة اتجاههن بـــ (0.79) بنسبة (% 8.06 موافق بشدة و % 66.13 موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور نحو هذه العبارة بـــ (0.73) بنسبة (% 8.70 موافق بشدة و % 56.52 موافق).

* نلاحظ أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (17) من ذكور الكلية، إذ تقدر شدة اتجاههن بـــ (0.78) بنسبة (% 14.86 موافق بشدة و % 56.76 موافق)، بينما تقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.66) بنسبة (% 12.96 موافق بشدة و % 50 موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (17) من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس وتقدر شدة الاتجاهين على الترتيب بـــ (0.77) و (0.73).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول وجدنا (كا ^{2} المحسوبة= 10.89) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، إذن لا توجد علاقة فارقة بين كل من الجنس والتخصص العلمي وشدة اتجاه أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تساهم المواقع الإسلامية التي أتصفحها في تصحيح بعض المفاهيم والأخطاء السائدة".

دلت بيانات الجدول رقم (18) على الآتي:

- [illegible] % 63.85 [illegible]

- تليها النسبة % 22.54 وتمثل نسبة افراد العينة الذين يقفون موقف الحياد من هذه العبارة.

- ثم النسبة % 9.39 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (18).

- تليها النسبة % 3.76 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون العبارة (18).

- وأخيرا النسبة % 0.46 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (18).

* نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة يتجهون اتجاها إيجابيا نحو العبارة (18) إذ تقدر شدة اتجاههم نحوها بـــ (0.77) أي أنهم يوافقون على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تعتبر مصدرا هاما للتعرف على اهتمامات ومشاكل المجتمع.

* نلاحظ أن إناث كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (18) من ذكور الكلية، وتقدر شدة اتجاههن نحوها بـــ (0.79) بنسبة (% 6.45 موافق بشدة و % 66.13 موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.69) بنسبة (% 4.35 موافق بشدة و % 65.22 موافق).

* نلاحظ أيضا أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (18) من الذكور، إذ تقدر شدة اتجاههن بـــ (0.93) بنسبة (% 13.51 موافق بشدة و % 67.57 موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.59) بنسبة (% 9.26 موافق بشدة و % 55.56 موافق).

* نلاحظ تقارب شدتي اتجاه طلبة وطالبات كلية العلوم وكلية ع.اج و ع.إس نحو العبارة (18)، وتقدران على التوالي بـــ (0.76) و (0.78).

وبحساب كا ^{2} (كا ^{2} المحسوبة= 19.15) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، فإن متغيرا الجنس والتخصص العلمي لا يؤثران في شدة اتجاه المبحوثين نحو العبارة " تعتبر المواقع الإسلامية التي أتصفحها مصدرا هاما للتعرف على اهتمامات ومشاكل المجتمع".

يوضح الجدول رقم (19) النتائج الآتية:

[illegible]

- تليها النسبة % 26.76 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يقفون موقف الحياد من هذه العبارة.
- ثم النسبة % 8.92 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة على العبارة (19).
- تليها النسبة % 3.29 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يعارضون العبارة (19).
- وأخيرا النسبة % 0.94 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يعارضون بشدة العبارة (19).

* نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة يتجهون اتجاها إيجابيا نحو العبارة (19)، أي أنهم يوافقون على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تساهم في تغيير بعض آراء مستخدميها، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.72).

* نلاحظ أن إناث كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (19) من ذكور الكلية، حيث تقدر شدة اتجاههن بـــ (0.75) بنسبة (% 9.68 موافق بشدة و % 61.29 موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.60) بنسبة (% 0 موافق بشدة و % 65.22 موافق).

* نلاحظ أيضا أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (19) من ذكور الكلية، إذ تقدر شدة اتجاههن بـــ (0.75) بنسبة (% 6.76 موافق بشدة و % 63.51 موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بـــ (0.70) بنسبة (% 14.82 موافق بشدة و % 51.85 موافق).

* نلاحظ تقارب شدتي اتجاه طلبة وطالبات كل من كلية العلوم وكلية ع.اج و ع.إس نحو العبارة (19)، وتقدران على الترتيب بـــ (0.71) و (0.73).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول فإن (كا ^{2} المحسوبة= 11.71) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)،إذن لا توجد فروق دالة إحصائيا بين الجنس والتخصص العلمي وشدة اتجاه المبحوثين نحو العبارة " تساهم المواقع الإسلامية التي أتصفحها في تغيير بعض آراء مستخدميها".

يوضح الجدول رقم (20) الآتي:

- تمثل النسبة % 55.87 نسبة أفراد العينة الذين يوافقون على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تساهم في تغيير بعض سلوكات مستخدميها.

- تليها النسبة % 25.35 وتمثل نسبة المبحوثين الذين يقفون موقف الحياد من العبارة (20).

- ثم النسبة % 11.74 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يوافقون بشدة على العبارة (20).

- تليها النسبة % 6.57 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يعارضون العبارة (20).

- وأخيرا النسبة % 0.47 وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يعارضون بشدة العبارة (20).

* نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تساهم في تغيير بعض سلوكات مستخدميها، وتقدر شدة اتجاههم بـــ (0.71).

* نلاحظ أن إناث كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (20) من ذكور الكلية، حيث تقدر شدة اتجاههن بــ (0.90) بنسبة (% 11.29 موافق بشدة و % 69.36 موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بــ (0.43) بنسبة (% 0 موافق بشدة و % 56.52 موافق).

* نلاحظ أيضا أن إناث كلية ع.اج و ع.إس أشد موافقة على العبارة (20) من ذكور الكلية، وتقدر شدة اتجاههن بــ (0.70) بنسبة (% 13.51 موافق بشدة و % 50 موافق)، وتقدر شدة اتجاه الذكور بــ (0.64) بنسبة (% 14.81 موافق بشدة و % 48.15 موافق).

* نلاحظ أن طلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة (20) من طلبة وطالبات كلية ع.اج و ع.إس ، وتقدر شدة اتجاهيهما على الترتيب بــ (0.77) و (0.67).

وبتطبيق اختبار كا ^{2} على أرقام الجدول (20) فإن (كا ^{2} المحسوبة= 15.94) وهي أقل من قيمة كا ^{2} الجدولية (كا ^{2}= 21.02) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت 12 درجة حرية عند مستوى الدلالة (0.05)، إذن لا توجد علاقة فارقة بين كل من الجنس والتخصص العلمي وشدة اتجاه أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تساهم المواقع الإسلامية التي أتصفحها في تغيير بعض سلوكات مستخدميها".

المبحث الثالث: اقتراحات أفراد عينة الدراسة للتحسين من أداء المواقع الإسلامية

نورد هنا اقتراحات بعض المبحوثين للرقي بمستوى أداء المواقع الإسلامية كالآتي:

- محاولة تبسيط المفاهيم بطريقة تساعد المتصفحين للمواقع الإسلامية على الفهم.
- طرح مواضيع حساسة تخدم المجتمع، والابتعاد عن التنظير البارد دون ملامسة الواقع.
- مراقبة محتويات المواقع الإسلامية.
- إقامة مواقع خاصة بتوعية الشباب، والتخصص في المواضيع التي تطرحها.
- العمل على زيادة عدد المواقع الإسلامية وعرض محتوياتها بجميع اللغات المعروفة.
- التجديد و الابتكار وعدم تكرار ماهو معروض.
- منح فرص أكثر للمشاركة في هذه المواقع، لأن المشاركة من شأنها أن تحسن من أداء المواقع الإسلامية.
- التطرق إلى كل المستجدات وبيان الحكم الشرعي فيها.
- أن تنافس المواقع الإسلامية مواقع الفساد في طرق و أساليب الاستقطاب.

– عدم المغالاة في مواكبة التطور فبعض الفتاوى سهّلت لدرجة مخالفة الشرع، ويجب مراعاة مقاصد وجغرافيا السائلين في الرد على استفساراتهم.

– العمل على تطهير المواقع من الانتماءات والتعصبات، وضرورة تجديد النية وتصحيحها لتغيير واقع الأمة الإسلامية لا لخدمة المصالح الشخصية.

– توثيق المعلومات بالرجوع إلى المصادر والمراجع الأصلية، حتى تكون أكثر مصداقية بالنسبة للزائرين، وكذا الاعتماد على فتاوى كبار العلماء.

– محاولة تقديم صورة الإسلام الوسطي دون إفراط ولا تفريط.

– إتاحة الفرص لأناس مؤهلين لتقديم الإسلام إلكترونيا في أحسن الصور.

– الاهتمام بالمواقع الإسلامية أكثر خاصة من الناحية المادية بدعم رجال الأعمال لها، وجعل الدولة تساهم بجدية في دعمها من جميع النواحي.

– محاولة الاستفادة من المواقع المتطورة في الجوانب الإيجابية منها.

– تسهيل المرور إلى المواقع الإسلامية وفتحها.

– توعية المجتمع بأهمية هذه المواقع بالإعلان عنها في مختلف وسائل الإعلام.

نتائج الدراسة الميدانية

نتائج الدراسة الميدانية

نتائج عادات وأنماط استخدام أفراد عينة الدراسة للمواقع الإسلامية:

1- يستخدم الإنترنيت 275 طالبا وطالبة من مجموع أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم 300 مفردة، أي بنسبة 91.67 %، ويكون بالتالي عدد الذين لا يستخدمون الإنترنيت 25 طالب وطالبة بنسبة 8.33 %، مع ملاحظة تفوق نسبة الإناث اللاتي لا يستخدمن الإنترنيت 11.5 % على نسبة الذكور والتي تقدر بــ 2 %، كما أن نسبة الذين لا يستخدمون الإنترنيت من كلية العلوم أكبر من نسبة الذين لا يستخدمونها من كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإسلامية.

- نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة (59 %) يستخدمون الإنترنيت من سنة إلى ثلاث سنوات، تليها الذين يستخدمونها منذ ست سنوات فأكثر (17.33 %)، ثم الذين يستخدمونها من أربع سنوات إلى ست سنوات (15.33 %).

- تفوق نسبة الإناث اللاتي يستخدمن الإنترنيت من سنة إلى ثلاث سنوات نسبة الذكور، بالمقابل فإن نسبة الذكور الذين يستخدمون الإنترنيت من أربع سنوات إلى ست سنوات، ومن ست سنوات فأكثر تفوق نسبة الإناث.

2- أغلبية أفراد عينة الدراسة (87.27 %) يستخدمون الإنترنيت من ساعة إلى ثلاث ساعات في اليوم، تليها نسبة الأفراد الذين يستخدمونها من 4 ساعات إلى 6 ساعات وتقدر بــ (9.09 %)، ثم نسبة الذين يستخدمونها حسب الظروف وتقدر بــ (2.18 %)، وأخيرا نسبة الذين يستخدمونها 6 ساعات فأكثر في اليوم وتقدر بــ (1.46 %).

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الجنس والتخصص العلمي في عدد ساعات استخدام المبحوثين للإنترنيت في اليوم.

3- يتصفح المواقع الإسلامية (77.46 %) من أفراد عينة الدراسة، و (22.54 %) من أفراد عينة الدراسة لا يتصفحونها.

- تفوق نسبة الإناث اللاتي لا يتصفحن المواقع الإسلامية نسبة الذكور.

- تفوق نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الذين لا يتصفحون المواقع الإسلامية وتقدر بـــ (36.36 %) نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإسلامية الذين لا يتصفحونها والتي تقدر بـــ (9.79 %).

- يتصفح المواقع الإسلامية أحيانا (43.64 %) من أفراد عينة الدراسة، يليها الذين لا يتصفحونها بنسبة (22.54%)، يليها الذين يتصفحونها نادرا بنسبة (15.64 %)، ثم الذين يتصفحونها غالبا بنسبة (11.64 %)، وأخيرا الذين يتصفحونها دائما بنسبة (6.54 %).

- لا توجد علاقة فارقة بين الذكور والإناث في درجة تصفحهم للمواقع الإسلامية، و توجد علاقة فارقة بين التخصص العلمي ودرجة تصفح المواقع الإسلامية.

4- تترتب أسباب عدم تصفح بعض أفراد عينة الدراسة للمواقع الإسلامية كالآتي:

أولا: ضيق الوقت بنسبة (66.67 %).

ثانيا: عدم الاهتمام بها بنسبة (15.15 %).

ثالثا: عدم الثقة بها بنسبة (12.12 %).

رابعا: أسباب أخرى بنسبة (6.06 %).

خامسا: عدم الاستفادة منها (0 %).

- لا توجد فروق دالة إحصائيا بين كل من الجنس والتخصص العلمي في أسباب عدم تصفح المبحوثين للمواقع الإسلامية.

5- أغلب أفراد عينة الدراسة يتصفحون المواقع الإسلامية أقل من ساعة في الأسبوع، تقدر نسبتهم بـــ (60.56 %)، تليها نسبة الذين يتصفحونها من ساعة إلى أقل من ساعتين في الأسبوع وتقدر بـــ (28.17%)، ثم نسبة الذين يتصفحونها من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات وتقدر بـــ (6.57%)، تليها نسبة الذين يتصفحونها 3 ساعات فأكثر في الأسبوع بنسبة (4.23%)، وأخيرا أفراد عينة الدراسة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية حسب ظروفهم بنسبة (0.47%).

- نسبة الذكور الذين يتصفحون المواقع الإسلامية أقل من ساعة في الأسبوع أعلى من نسبة الإناث اللاتي يتصفحنها أقل من ساعة في الأسبوع، من جهة أخرى فإن نسبة الإناث اللاتي يتصفحنها ساعة فأكثر في الأسبوع تفوق نسبة الذكور، ومنه فإن مدة تصفح الإناث للمواقع الإسلامية في الأسبوع أطول من مدة تصفحها من طرف الذكور.

- يفوق عدد طلبة وطالبات كلية العلوم الذين يتصفحون المواقع الإسلامية في أقل من ساعة في الأسبوع عدد طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية الذين يتصفحونها في أقل من ساعة في الأسبوع، بينما تزيد نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم الالا جتماعية والعلوم الإسلامية الذين يتصفحون المواقع الإسلامية لمدة ساعة فأكثر في الأسبوع عن نسبة طلبة وطالبات كلية العلوم. إذن طلبة وطالبات كلية العلوم الالا جتماعية والعلوم الإسلامية يقضون مدة أطول من المدة التي يقضيها طلبة وطالبات كلية العلوم في تصفح المواقع الإسلامية.

- لا توجد فروق دالة إحصائيا بين كل من الجنس والتخصص العلمي في عدد ساعات تصفح المواقع الإسلامية في الأسبوع.

6- أغلب أفراد عينة الدراسة بدؤوا تصفح المواقع الإسلامية حديثا بنسبة تقدر بـــ (55.87 %)، تليها نسبة الطلبة والطالبات الذين لا يدرون متى بدؤوا تصفحها وتقدر بـــ (37.09 %)، تليها نسبة الذين بدؤوا تصفحها منذ نشأتها وتقدر بـــ (7.04 %).

* عدد الذكور الذين بدؤوا يتصفحون المواقع الإسلامية منذ نشأتها أكبر من عدد الإناث، بالمقابل فإن عدد الإناث اللاتي بدأن يتصفحن المواقع الإسلامية حديثا أكبر من عدد الذكور.

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص العلمي وبداية تصفح المواقع الإسلامية.

7- أغلب أفراد عينة الدراسة يتصفحون المواقع الإسلامية حسب الظروف بنسبة تقدر بـــ (68.08 %) ثم النسبة (20.18 %) وتمثل نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية بعشوائية، ثم النسبة (7.05 %) وتمثل نسبة أفراد العينة الذين لم يحددوا كيفية تصفحهم للمواقع الإسلامية، وأخيرا النسبة (4.69 %) وتمثل نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية بانتظام.

* عدد أفراد عينة الدراسة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية بانتظام قليل جدا مقارنة بالذين يتصفحونها حسب الظروف، وذلك لانشغال الطلبة والطالبات بالدراسة، وكذا الالا لتزامات الاجتماعية الأخرى.

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الجنس والتخصص العلمي في كيفية تصفح المبحوثين للمواقع الإسلامية.

8- تعتبر محركات البحث المصدر الأول لتعرف أفراد عينة الدراسة على المواقع الإسلامية بنسبة (30.48 %)، يليه الأساتذة والأصدقاء بنسبة (25.65 %)، تليه وسائل الإعلام بنسبة (23.43 %)، ثم عن طريق الصدفة بنسبة (19.70 %)، وأخيرا عن طريق مصادر أخرى كالأسرة مثلا بنسبة (0.74%).

* يعتمد الذكور في التعرف على المواقع الإسلامية أكثر على محركات البحث، في حين يعتمد الإناث أكثر على الأساتذة والأصدقاء ووسائل الإعلام.

* يعتمد طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أكثر في التعرف على المواقع الإسلامية على الأساتذة والأصدقاء، بالمقابل فإن طلبة وطالبات كلية العلوم يتجهون إلى مصادر أخرى كالصدفة.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الجنس والتخصص العلمي في مصادر تعرف المبحوثين على المواقع الإسلامية المتصفحة.

9- تفوق نسبة أفراد العينة الذين يرون أن الطلبة الجامعيين يستخدمون المواقع الإسلامية بقلة حيث تقدر بـــ (41.31 %) نسبة الأفراد الذين يرون أنهم يستخدمونها بكثرة والتي تقدر بـــ (7.51 %).

* عموما لا توجد علاقة فارقة بين كل من الجنس والتخصص العلمي و آراء المبحوثين في استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية.

10- تحتل المواقع الإسلامية العامة المرتبة الأولى في استقطاب أفراد عينة الدراسة، من هذه المواقع: موقع إسلام أون لاين بنسبة (15.55%)، الشبكة الإسلامية بنسبة (6.72 %)، موقع طريق الإسلام بنسبة (6.01 %).

* تحتل مواقع الدعاة المرتبة الثانية في استقطاب أفراد عينة الدراسة من مواقع بعض الدعاة: موقع الداعية عمرو خالد بنسبة (5.65 %)، العريفي بنسبة (1.06 %)، موقع الشيخ ابن عثيمين بنسبة (1.41%) ... الخ.

* تليها في المرتبة الثالثة: مواقع القنوات الفضائية الإسلامية بنسبة (10.95 %)، من هذه المواقع: موقع

قناة إقرأ، العفاسي، المجد،... الخ.

* تليها مواقع الأناشيد الإسلامية بنسبة (2.47 %).

* تليها مواقع المنتديات الإسلامية بنسبة (1.41 %).

* ثم مواقع أدلة البحث الإسلامية بنسبة (1.06 %).

* ثم مواقع المكتبات الإسلامية بنسبة (0.71 %).

* وأخيرا مواقع المجلات الإسلامية بنسبة (0.35%).

- هناك نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة لم يحددوا أسماء المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تقدر بـــ: (36.75 %).

- يتصفح الذكور المواقع الإسلامية العامة أكثر من الإناث في حين يتصفح الإناث أكثر من الذكور مواقع القنوات الفضائية الإسلامية، وتتقارب النسب بين الجنسين في تصفح مواقع الدعاة وبقية المواقع الإسلامية.

- يتصفح طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أكثر المواقع الإسلامية العامة ومواقع القنوات الفضائية الإسلامية، وتتقارب نسبتي طلبة وطالبات الكليتين في تصفح مواقع الدعاة وباقي المواقع الإسلامية.

11- تترتب أسباب تفضيل المبحوثين لمواقع إسلامية دون أخرى كالآتي:

- تلبية الاحتياجات المعرفية بنسبة (50.21 %).
- لا يوجد أي سبب لتفضيلها بنسبة (21.99 %).

- الثقة في القائمين على هذه المواقع بنسبة (14.11 %).

- لأنها مشهورة بنسبة (10.37 %).

- وأخيرا الإعجاب بتصاميمها الفنية والتقنية بنسبة (1.94 %).

– لا توجد فروق معنوية بين كل من الجنس والتخصص العلمي في تحديد المبحوثين أسباب تفضيلهم لمواقع إسلامية دون أخرى.

12– تترتب المواقع الإسلامية حسب تفضيل أفراد عينة الدراسة لها كالآتي:

- المواقع الإخوانية بنسبة (36.29 %)، وهي أكثر استقطابا للإناث كما أنها أكثر استقطابا لطلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

- المواقع السلفية بنسبة (27.85 %) وهي أكثر استقطابا للذكور، كما أنها أكثر استقطابا لطلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

- المواقع العامة التي لا تنتمي إلى أي اتجاه بنسبة (25.31 %) وهي أكثر استقطابا للإناث، كما أنها تستقطب أكثر طلبة وطالبات كلية العلوم.

- المواقع الشيعية بنسبة (4.64 %).

- المواقع الصوفية بنسبة (4.22 %).

- وأخيرا المواقع الإباضية بنسبة (1.69 %).

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الجنس والتخصص العلمي و تفضيل المبحوثين للمواقع الإسلامية التي يتصفحونها.

13- تترتب أسباب تفضيل أفراد العينة لمواقع إسلامية دون أخرى كالآتي:

– للفضول فقط بنسبة (37.66 %).

- الثقة في هذه المواقع بنسبة (32.04 %).

- الاتفاق مع اتجاه المبحوث بنسبة (25.97 %).

- أسباب أخرى بنسبة (4.33 %).

* توجد لأغلب طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أسباب (كالثقة في هذه المواقع، الرغبة في التعلم....) وراء تفضيل أصناف من المواقع الإسلامية على غيرها، بينما يعتبر الفضول سبب لأغلب طلبة وطالبات كلية العلوم في تصفح أصناف معينة من المواقع الإسلامية دون أخرى.

14- معظم أفراد عينة الدراسة يتصفحون المواقع الإسلامية باللغة العربية بنسبة (89.79%).

- تليها نسبة المبحوثين الذين يتصفحون المواقع الإسلامية باللغة الفرنسية بنسبة (6.38%).

- ثم نسبة الذين يتصفحونها باللغة الإنجليزية بنسبة (3.83 %).

* يميل الإناث إلى تصفح المواقع الإسلامية باللغة العربية، بينما يميل الذكور إلى تصفح المواقع الإسلامية باللغتين الفرنسية و الإنجليزية.

* لا يتحكم التخصص العلمي في اختيار أفراد العينة للغات المواقع الإسلامية التي يتصفحونها.

* إن قلة إلمام الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة باللغات الأجنبية جعل استفادته من الإنترنيت محدودة خاصة وأن معظم مواد الإنترنيت باللغات الأجنبية.

15- تترتب أسباب تفضيل أفراد العينة لتصفح المواقع الإسلامية بلغات دون أخرى كالآتي:

- لسهولتها بنسبة (40.89 %).
- عدم إتقان المبحوث للغات الأخرى بنسبة (34.01 %).
- لميل شخصي لها بنسبة (22.27 %).

⮘ أسباب أخرى بنسبة (2.83 %)، تتمثل هذه الأسباب في: لأن اللغة العربية أقرب للفهم وللاستخدام الإسلامي ولأنها لغة القرآن، لوفرة المواقع الإسلامية باللغة العربية، لعدم الحاجة إلى اللغات الأخرى في المجال الدراسي.

- إن الجنس لا يتحكم في أسباب تفضيل المبحوثين لتصفح المواقع الإسلامية بلغات دون أخرى.

- من أهم أسباب تفضيل طلبة وطالبات كلية العلوم الالا جتماعية والعلوم الإسلامية لتصفح المواقع الإسلامية بلغات دون أخرى أنهم لا يتقنون اللغات الأخرى، بينما تعتبر سهولة اللغة من أهم أسباب تصفح طلبة وطالبات كلية العلوم لمواقع إسلامية بلغات معينة دون أخرى.

16- تفوق نسبة أفراد العينة الذين يرون أن عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنيت غير كاف (وتقدر بـــ 25.35 %) نسبة أفراد العينة الذين يرون أنه كاف (والتي تقدر بـــ %18.31).

17- تترتب المواقع الإسلامية حسب تفضيلها من طرف أفراد عينة الدراسة كالآتي :

⮘ المواقع الإسلامية الخليجية بنسبة (44.96 %)، ويفضلها الذكور (بنسبة 54.65 %) أكثر من الإناث (بنسبة 39.47 %).

⮘ المواقع الإسلامية المصرية بنسبة (21.01 %)، وتفضلها الإناث (بنسبة 23.69 %) أكثر من الذكور (بنسبة 16.28 %).

⮘ المواقع الإسلامية المغاريبية بنسبة (19.33 %)، وتفضلها أيضا الإناث (بنسبة 21.05 %) أكثر من الذكور (بنسبة 16.28 %).

-لا توجد فروق دالة إحصائيا بين كل من الجنس والتخصص العلمي في تفضيل المبحوثين لمواقع إسلامية على أخرى.

18- يرى المبحوثون أن أهم أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية الأسباب العلمية بنسبة (32.53 %)، ثم الأسباب المادية بنسبة (28.92 %)، ثم الأسباب

السياسية بنسبة (19.88 %)، ثم الأسباب التقنية بنسبة (12.65%)، تليها أسباب أخرى (بنسبة 2.11 %) هذه الأسباب هي: انتشار كبار العلماء والدعاة والمصلحين في بلدان دون أخرى، اهتمام بعض البلدان بالدعوة (كدول الخليج) وإحساسهم بالمسؤولية اتجاه الدعوة إلى الإسلام، قلة الاهتمام بالدعوة إلى الإسلام عبر شبكة الإنترنيت خاصة في دول المغرب العربي.

- لم نسجل فروق دالة إحصائيا بين كل من متغيري الجنس والتخصص العلمي في آرائهم حول أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية.

19- تتمثل أسباب تصفح المبحوثين للمواقع الإسلامية في الآتي:

- الاستزادة من الثقافة الدينية بنسبة (25.57 %).
- الحصول على آخر الأخبار بنسبة (17.61 %).
- طلب الفتوى بنسبة (15.93 %).
- التحميل: الكتب، الدروس والمحاضرات.... الخ بنسبة (15.72 %).
- الحصول على معلومات تتعلق بالتخصص الدراسي بنسبة (13.63 %).
- الفضول بنسبة (6.71 %).
- التواصل مع آخرين لهم الاهتمامات نفسها بنسبة (2.10 %).
- المشاركة في الموقع بنسبة (1.89 %).
- من أجل الترفيه بنسبة (0.84 %).

- يتجه طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أكثر إلى المواقع الإسلامية من أجل الحصول على معلومات تتعلق بتخصصهم الدراسي، بينما يتجه طلبة وطالبات كلية العلوم أكثر إلى المواقع الإسلامية من أجل الحصول على آخر الأخبار وطلب الفتوى، وتتقارب النسب بين الكليتين في باقي أسباب تصفح المواقع الإسلامية المذكورة في الجدول.

➢ لم نسجل علاقة فارقة بين الذكور والإناث في أسباب تصفحهم للمواقع الإسلامية، بينما يؤثر التخصص العلمي في أسباب تصفح المواقع الإسلامية.

20- تتمثل الأركان التي يهتم بها المبحوثون في المواقع الإسلامية في الآتي:

⮙ العلوم الشرعية (بنسبة 33.75 %)، القضايا الاجتماعية (بنسبة 21.75 %)، الثقافة والفكر (بنسبة 20.50 %)، الأخبار (بنسبة 13 %)، السياسة (بنسبة 5 %)، الفن (بنسبة 3.25 %)، القضايا الاقتصادية (بنسبة 2.25 %)، أركان أخرى (بنسبة 0.50 %).

⮙ هناك فروق بين الذكور والإناث في الأركان التي يهتمون بها في المواقع الإسلامية التي يتصفحونها كالآتي:

* يهتم الذكور أكثر بركني: الأخبار والسياسة.

* تهتم الإناث أكثر بركن: القضايا الاجتماعية.

* تتقارب نسب الذكور والإناث في الاهتمام ببقية الأركان.

⮙ لا توجد فروق بين طلبة وطالبات الكليتين في الأركان التي يهتمون بها في المواقع الإسلامية التي يتصفحونها.

21- ترتب الخدمات التفاعلية في المواقع الإسلامية حسب استغلالها من طرف أفراد عينة الدراسة كالآتي:

البريد الإلكتروني (بنسبة 26.33 %)، منتديات الحوار والدردشة (بنسبة 24.56 %)،you tube (بنسبة 23.13 %)، face book (بنسبة 11.39 %)، القوائم البريدية (بنسبة 4.27 %).

* يميل الذكور أكثر من الإناث إلى استغلال: البريد الإلكتروني واليوتوب.

* تميل الإناث أكثر من الذكور إلى استخدام: منتديات الحوار والدردشة، و القوائم البريدية.

* تتقارب نسب الجنسين في استخدام face book .

➤ لا توجد فروق دالة إحصائيا بين التخصص العلمي والخدمات التفاعلية التي يستغلها المبحوثون في المواقع الإسلامية.

22- أهم المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية (حسب آراء المبحوثين) قلة المستخدمين لها (بنسبة 26.99%)، ثم عدم توفر الدعم المادي لمعظمها (بنسبة 19.05%)، ثم عدم شهرتها (بنسبة 18.78%)، يليها مشكل قلة اللغات التي تستخدمها في عرض محتوياتها (بنسبة 11.64%)، ثم ضعف التصميم الفني والتقني لها (بنسبة 8.99%)، بعدها مشكل هزالة المادة المعروضة (بنسبة 6.61%)، ثم مشكل عدم كفاءة القائمين عليها (بنسبة 6.09%)، وأخيرا مشاكل أخرى (بنسبة 1.85%) تتمثل هذه المشاكل في: ترهيب الناس من هذه المواقع، معظمها يتوجه لخدمة أغراض حزبية تخص جماعة معينة مما يجعلها تتسم بالذاتية، عدم اعتماد أساليب علمية حديثة.

➤ لا توجد فروق كبيرة بين الذكور والإناث في آرائهم حول المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية.

➤ يؤثر التخصص العلمي في آراء المبحوثين في المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية.

2- نتائج اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو المواقع الإسلامية:

1- يتجه المبحوثون اتجاها إيجابيا نحو العبارة " أتصفح المواقع الإسلامية لأنها تحتوي على الأدوات التفاعلية: البريد الإلكتروني، منتديات الحوار ...الخ "، أي أنهم يوافقون على هذه العبارة ، والإناث في كل من الكليتين أشد موافقة عليها من الذكور مع ملاحظة أن طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم.

2- يتجه المبحوثون اتجاها إيجابيا نحو العبارة " تستخدم المواقع الإسلامية التي أتصفحها مختلف الوسائط المتعددة: صوت، صورة، فيديو ...الخ "، فهم يوافقون عليها، وتتقارب شدتي اتجاه كل من ذكور وإناث كلية العلوم نحو هذه العبارة، بينما نجد الإناث في كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة عليها من الذكور، مع ملاحظة أن طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم.

3- يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاها إيجابيا نحو العبارة " تتميز بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها بكثرة الوسائط المتعددة مما يؤدي إلى بطء تحميل الصفحات "، فهم يوافقون على هذه العبارة، و الذكور أشد موافقة على ذلك في كلا الكليتين من الإناث، مع ملاحظة أن طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم.

4- اتجاه أفراد العينة نحو العبارة " بعض برامج وخدمات المواقع الإسلامية التي أتصفحها معطلة " إيجابي، فهم يوافقون على هذه العبارة، وذكور كلية العلوم أشد موافقة عليها من الإناث. بالمقابل فإن إناث كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة من الذكور، مع ملاحظة أن طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم.

5- يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاها إيجابيا نحو العبارة " المواضيع المعروضة في بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها غير شاملة لجميع مجالات الحياة "، أي أنهم يوافقون عليها، وإناث كلية العلوم أشد موافقة على هذه العبارة من الذكور، بينما ذكور كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد

موافقة من الإناث، كما أن طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على هذه العبارة من طلبة وطالبات كلية العلوم.

6- يتجه المبحوثون اتجاها إيجابيا نحو العبارة " تراعي المواضيع المعروضة في بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها واقع الناس واهتماماتهم "، نلاحظ أن ذكور كلية العلوم أشد موافقة على هذه العبارة من الإناث، بينما إناث كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة عليها من الذكور، مع ملاحظة أن طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم.

7- يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاها سلبيا نحو العبارة " المواضيع التي تدرجها المواقع الإسلامية التي أتصفحها قليلة "، أي أنهم يرفضون هذه العبارة، وذكور كلية العلوم أشد رفضا لها من الإناث، بينما إناث كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد رفضا من الذكور، إذ يرفض طلبة وطالبات كلية العلوم العبارة السابقة بينما يوافق عليها طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

8- يوافق المبحوثون على أن بعض المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تساهم في طرح حلول بعض القضايا والأزمات المحلية والإقليمية والعالمية بخلفية إسلامية، فهم يتجهون نحو هذه العبارة اتجاها إيجابيا حيث أن ذكور كلية العلوم أشد موافقة عليها من الإناث، بينما إناث كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة عليها من الذكور، وتتقارب شدتي اتجاه طلبة وطالبات كل من الكليتين نحو هذه العبارة.

9- يوافق المبحوثون على أنه لا يهتم القائمون على بعض المواقع الإسلامية التي يتصفحونها بالتحديث الآني لمحتوياتها مع ملاحظة أن ذكور كل من الكليتين أشد موافقة على هذه العبارة من الإناث، وأن طلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة عليها من طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

10- يتجه المبحوثون اتجاها إيجابيا نحو العبارة " توجد مظاهر الإهمال في بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها من خلال الأخطاء: الإملائية، اللغوية، النحوية ...الخ، فهم يوافقون على هذه العبارة، مع ملاحظة أن إناث كل من الكليتين أشد موافقة عليها من الذكور، وأن طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة عليها من طلبة وطالبات كلية العلوم.

11- يوافق المبحوثون على أن المواقع الإسلامية تساهم في حل بعض مشاكل الشباب، حيث تتقارب شدتي اتجاه كل من ذكور وإناث كلية العلوم نحو هذه العبارة، بينما نجد إناث كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة عليها من الذكور، وأن طلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

12- يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاها إيجابيا نحو العبارة " شكّلت لي المواقع الإسلامية التي أتصفحها مصدرا للفتاوى بديلا عن المصادر الأخرى"، فهم يوافقون على هذه العبارة، حيث أن إناث كلية العلوم أشد موافقة عليها من الذكور، بينما يرفض ذكور كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية هذه العبارة، وتوافق عليها إناث الكلية، مع ملاحظة أن طلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

13- يتجه المبحوثون اتجاها إيجابيا نحو العبارة " تعتبر بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها مصدرا هاما للأخبار لأنها تدرج الأخبار المحلية والإقليمية والعالمية في جميع المجالات "، أي أنهم يوافقون عليها، حيث يتجه ذكور كلية العلوم اتجاها سلبيا نحو هذه العبارة، بينما يتجه إناث الكلية اتجاها إيجابيا نحوها، كما أن إناث كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على هذه العبارة من الذكور، مع ملاحظة أن طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم.

14- يوافق أفراد عينة الدراسة على أن المواقع الإسلامية أصبحت تنافس بجدية المصادر الدعوية الأخرى: كالفضائيات الدينية، الصحف والمجلات الإسلامية، حيث أن إناث كل من الكليتين أشد موافقة على هذه العبارة من الذكور، وطلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على هذه العبارة من طلبة وطالبات كلية العلوم.

15- يتجه المبحوثون اتجاها إيجابيا نحو العبارة " تساهم المواقع الإسلامية التي أتصفحها في إثراء الثقافة الدينية "، أي أنهم يوافقون على هذه العبارة، فذكور كلية العلوم أشد موافقة عليها من الإناث، بينما الإناث في كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على هذه العبارة من الذكور، وطلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

16- يوافق أفراد عينة الدراسة على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تساهم في إثراء الثقافة العامة، وذكور الكليتين أشد موافقة على هذا من الإناث، مع ملاحظة أن طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية أشد موافقة على هذه العبارة من طلبة وطالبات كلية العلوم.

17- يوافق أفراد العينة على أن المواقع الإسلامية التي يتصفحونها تصحح بعض المفاهيم والأخطاء السائدة، مع ملاحظة أن إناث كل من الكليتين أشد موافقة على هذه العبارة من الذكور، وطلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

18- يتجه المبحوثون اتجاها إيجابيا نحو العبارة " تعتبر المواقع الإسلامية التي أتصفحها مصدرا هاما للتعرف على اهتمامات ومشاكل المجتمع "، فهم يوافقون على هذه العبارة، وإناث كلا الكليتين أشد موافقة عليها من الذكور.

19- يوافق المبحوثون على أنه تساهم المواقع الإسلامية في تغيير بعض آراء مستخدميها، وإناث كلا الكليتين أشد موافقة على هذه العبارة من الذكور.

20- يتجه أفراد عينة الدراسة اتجاها إيجابيا نحو العبارة " ساهمت المواقع الإسلامية التي أتصفحها في تغيير بعض سلوكات مستخدميها "، أي أنهم يوافقون عليها، وإناث كل من الكليتين أشد موافقة على هذه العبارة من الذكور، مع ملاحظة أن طلبة وطالبات كلية العلوم أشد موافقة على العبارة السابقة من طلبة وطالبات كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية.

خاتـــــــــمة

خاتمة

يزداد عدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت بشكل واضح، ورغم أنها استفادت إلى حد ما من الإمكانيات التي تتيحها الإنترنت إلا أن الكثير منها لم يصل إلى مستوى مواجهة التحديات التي

سوف يكون كبيرا أمام القائمين بالدعوة الإسلامية على شبكة الإنترنت، فقد أوضحت هذه الدراسة أن نسبة معتبرة من الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة لا يتصفحون المواقع الإسلامية، وأن الذين يتصفحونها لا يستفيدون كثيرا من كل الخدمات التي تقدمها نتيجة لتحديات تتعلق بالمواقع الإسلامية: قلة المادة المعروضة في الكثير من المواقع الإسلامية ورتابتها وعدم تنوعها، عدم اهتمام بعض المواقع الإسلامية بمختلف أساليب الجذب مثل زيادة الأدوات التفاعلية في الموقع والتي تجعل المتصفح في اتصال دائم مع الموقع ومتصفحيه، ... الخ، وتحديات خارجية مثل: عدم إتقان لغات أخرى غير اللغة العربية، عدم شهرة المواقع الإسلامية بين الطلبة الجامعيين، قلة الاهتمام بهذه المواقع، تأثير الجانب المادي ... الخ، وهذه أيضا تعد عوائق حقيقية أمام نجاح المواقع الإسلامية إضافة إلى عوائق أخرى تحد من فاعليتها، وهذا لا ينفي حقيقة أن القليل من المواقع الإسلامية استطاعت أن تستقطب عددا لا بأس به من شريحة الشباب الجامعي، حيث تعد هذه المواقع أنموذجا ناجحا استطاع أن يستقطب مختلف شرائح المجتمع لتلبية احتياجاتهم، فقد شكّلت لهم المرجع الإسلامي في الإنترنت الذي يزودهم بالثقافة الإسلامية ويحميهم من

الآثار السلبية للركام الهائل من المواقع المنحرفة من جهات لا حصر لها تخالف في بعض الأحيان تعاليم الدين الإسلامي وتناقضه في معظم الأحيان.

وعلى هذا يتعين على القائمين على المواقع الإسلامية مواكبة كل التطورات في الخدمات التي تتيحها الإنترنت، وكذا تجاوز كل العوائق التي يمكن تجاوزها للتحسين من مستوى أدائها وجلب أكبر عدد ممكن من المتصفحين حتى تحقق الأهداف التي وضعت من أجلها لتكون في مستوى مواجهة المواقع التي تطمح إلى هدم أسس الإسلام ونشر الفساد.

إن انتشار المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت وحاجة أفراد المجتمع إلى تصفحها لتعزيز ثقافتهم الإسلامية يستوجب وضع هذه المواقع أمام المزيد من البحوث العلمية الجادة من أجل استجلاء نقاط الضعف فيها لتداركها، وإيجابياتها لتعزيزها، وذلك عن طريق تحليل محتواها وكذا دراسة جمهور متصفحيها لمعرفة الظروف النفسية والاجتماعية التي توجه استخدامهم لها، وأيضا معرفة حاجاتهم ودوافعهم الحقيقية لتصفحها، كل هذا من أجل الرقي بهذه المواقع لكي تكون قادرة على منافسة المواقع الإباحية، وتشكيل البديل الإسلامي على شبكة الإنترنت، وأداء الدعوة الإسلامية على أكمل وجه.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الحاج لخضر

باتنة

كلية العلوم الاجتماعية

والعلوم الإسلامية

قسم الدعوة والإعلام

استمارة استبيان حول:

استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية

دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات ـ

إعداد الطالبة:

مديحة جيطاني

إشراف الأستاذ الدكتور:

محمد زرمان

بهدف إنجاز بحث لنيل شهادة الماجستير تخصص دعوة وإعلام بعنوان:

استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية – دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، أرجو الإجابة على تساؤلات هذه الاستمارة بكل اهتمام ووضوح، لأن هذه الإجابات تخدم أغـراض هـذا البحث لا غير.

- توضع علامة (×) أمام الإجابة المناسبة.

أولا: عادات وأنماط استخدام المواقع الإسلامية

السؤال 1: منذ متى وأنت تستخدم (ين) الانترنت؟

- من سنة إلى 3 سنوات ˜ - من 4 سنوات إلى 6 سنوات ˜

- 6 سنوات فأكثر ☐ - لا أ ستخدمها

السؤل 2: ما هو عدد الساعات التي تقضيها(نها) يوميا في استخدام الإنترنت؟

- من ساعة إلى 3 ساعات ˜ - من 4 ساعات إلى 6 ساعات ˜

- 6 ساعات فأكثر ˜ - حسب الظروف

السؤال 3: هل تتصفح (ين) المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت؟

- دائما ˜ - غالبا ˜ - أحيانا ˜ - نادرا ˜ - أبدا ˜

السؤال 4: إن كانت الإجابة بـــ(أبدا) لماذا لا تتصفحها(ينها) ؟

- لا أهتم لها. ☐ - لا تفيدني ˜

- لا وقت لدي ˜ - لا أثق بها ˜

أسباب أخرى، أذكر (ي) ها...

السؤال 5: ما هو عدد الساعات التي تقضيها (نها) أسبوعيا في تصفح المواقع الإسلامية؟

- أقل من ساعة ˜ - من ساعة إلى أقل من ساعتين ˜

- من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات ˜ - ثلاث ساعات فأكثر ˜

- حسب الظروف

السؤال 6: منذ متى بدأت تصفح المواقع الإسلامية؟

- منذ نشأتها ˜ - حديثا ˜ - لا أدري ˜

السؤال 7: كيف تتصفح (ين) المواقع الإسلامية؟

- بانتظام ˜ - بعشوائية ˜ - حسب الظروف ˜ - غير محددة ˜

السؤال 8: ما هي مصادر تعرفك على المواقع الإسلامية التي تتصفح (ين)ها؟

- محركات البحث ˜ - الأساتذة والأصدقاء ˜
- وسائل الإعلام ˜ - الصدفة ˜

مصادر أخرى أذكر(ي) ها ....

السؤال 9: ما رأيك في استخدام الطلبة الجامعيين للمواقع الإسلامية؟

- يستخدمونها بكثرة ˜ - يستخدمونها بقلة ˜
- لا يستخدمونها ˜ - لا أعلم ˜

السؤال 10 : أذكر(ي) أسماء المواقع الإسلامية التي تتصفح(ين) ها من الأكثر أهمية إلى الأقل؟...

....

السؤال 11: ما هي أسباب تفضيلك لهذه المواقع على باقي المواقع الإسلامية؟

- لأنها مشهورة ˜ - لأنها تلبي احتياجاتي المعرفية ˜ - يعجبني تصميمها ˜
- أثق في القائمين عليها ˜ - لا يوجد أي سبب لتفضيلها ˜

أسباب أخرى أذكر(ي) ها..

السؤال 12: ما هي المواقع الإسلامية التي تستقطبك؟

- المواقع الإخوانية ˜ - المواقع السلفية ˜ - المواقع الشيعية ˜
- المواقع الإباضية ˜ - المواقع الصوفية ˜

– مواقع إسلامية عامة لا تنتمي إلى أي اتجاه

مواقع أخرى أذكر(ي)ها:...

....

السؤال 13: لماذا تفضل (ين) هذا (ه) المو(ا) قع ؟

– لأنها تتفق واتجاهي ˜ – لأنني أثق بها ˜ – للفضول فقط ˜

أســــــــــباب أخــــــــــــــرى أذكــــــــــــــــر(ي)

ها...

....

السؤال 14 : ما هي لغة المواقع الإسلامية التي تتصفحها (نها)؟

– العربية ˜ – الإنجليزية ˜ – الفرنسية ˜

لغات أخرى أذكر(ي) ها ....

....

السؤال 15: لماذا تفضل (ين) هذه اللغة (ات) عن غيرها؟

– لميل شخصي لها ˜ – لأنني لا أتقن اللغات الأخرى ˜ – لسهولتها ˜

أسباب أخرى أذكر(ي) ها ....

....

السؤال 16: ما رأيك في عدد المواقع الإسلامية على الإنترنت ؟

– كاف ˜ – غير كاف ˜ – لا أدري ˜

السؤال 17: ما هي أفضل المواقع الإسلامية في تقديرك؟

– الخليجية ˜ – المصرية ˜ – المغاربية ˜ – لا أدري

مواقع أخرى، أذكر(ي) ها..

....

السؤال 18: ما هي أسباب التفاوت بين المواقع الإسلامية في مختلف البلدان العربية الإسلامية في رأيك؟

- أسباب مادية ˜ - أسباب تقنية ˜
- أسباب علمية ˜ - أسباب سياسية ˜
- لا أدري

أسباب أخرى، أذكر(ي) ها..

....

السؤال 19: لماذا تتصفح (ين) المواقع الإسلامية؟

- للحصول على معلومات تتعلق بتخصصي الدراسي ☐
- للاستزادة من الثقافة الدينية ☐
- للحصول على آخر الأخبار ☐
- لطلب الفتوى ☐
- للتواصل مع آخرين لهم الاهتمامات نفسها ☐
- للمشاركة في الموقع: كتابة مقال، تعليق، استشارة مختص ....الخ ☐
- لتحميل الكتب، الدروس والمحاضرات، الأناشيد ☐
- من أجل الترفيه (الألعاب...) ☐
- للفضول فقط ☐

أسباب أخرى أذكر(ي) ها ....

السؤال 20: ما هي الأركان التي تهتم (ين) بها في المواقع الإسلامية؟

- الأخبار ˜ - السياسة ˜ - القضايا الاجتماعية ˜

- القضايا الاقتصادية ˜ - الثقافة والفكر ˜ - الفن ˜

- العلوم الشرعية ˜

أركان أخرى أذكر(ي) ها...

السؤال 21: ما هي الخدمات التفاعلية التي تستغلها (ينها) في المواقع الإسلامية؟

- البريد الإلكتروني ˜ - منتديات الحوار والدردشة ˜

- □ -FACE BOOK □ YOUTUBE

- القوائم البريدية ˜ - غير محددة ˜

خدمات أخرى أذكر(ي) ها...

السؤال 22: ما هي المشاكل التي تواجه المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت؟

لا يتوفر لمعظمها دعم مادي مستمر

- ضعف التصميم الفني والتقني لها ˜ - هزالة المادة المعروضة ˜

- عدم كفاءة القائمين عليها ˜ - عدم شهرتها ˜

- قلة المستخدمين لها ˜ - قلة اللغات التي تستخدمها في عرض محتوياتها ˜

مشاكل أخرى أذكر(ي) ها...

....

ثانيا: الاتجاهات نحو المواقع الإسلامية

- **محور الخصائص:**

23- أتصفح المواقع الإسلامية لأنها تحتوي على الأدوات التفاعلية (البريد الإلكتروني، منتديات الحوار...)

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

24- تستخدم المواقع الإسلامية التي أتصفحها مختلف الوسائط المتعددة: صوت، صورة، فيديو .....

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

25- تتميز بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها بكثرة الوسائط المتعددة مما يؤدي إلى بطء تحميل الصفحات.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

26- بعض برامج وخدمات المواقع الإسلامية التي أتصفحها معطلة (لا تفتح).

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

27- المواضيع المعروضة في المواقع الإسلامية التي أتصفحها غير شاملة لجميع مجالات الحياة.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

28- تراعي المواضيع المعروضة في المواقع الإسلامية التي أتصفحها واقع الناس واهتماماتهم.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

29- المواضيع التي تدرجها المواقع الإسلامية التي أتصفحها قليلة.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

30- تساهم المواقع الإسلامية التي أتصفحها في طرح حلول بعض القضايا والأزمات المحلية والإقليمية والعالمية بخلفية إسلامية.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

31- لا يهتم القائمون على بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها بالتحديث الآني لمحتوياتها.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

32- توجد مظاهر الإهمال في بعض المواقع الإسلامية التي أتصفحها من خلال: الأخطاء الإملائية، اللغوية، النحوية...الخ

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

- **محور الانعكاسات:**

33- تساهم المواقع الإسلامية التي أتصفحها في حل بعض مشاكل الشباب.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

34- شكلت لي المواقع التي أتصفحها مصدرا للفتاوى بديلا عن المصادر الأخرى.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

35- تعتبر المواقع الإسلامية التي أتصفحها مصدرا هاما للأخبار، لأنها تدرج الأخبار المحلية، الإقليمية العالمية، وفي جميع المجالات.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

36- أصبحت المواقع الإسلامية تنافس بجدية المصادر الدعوية الأخرى: كالفضائيات الدينية، الصحف، والمجلات الإسلامية... الخ.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

37- تساهم المواقع الإسلامية في إثراء الثقافة الدينية.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

38- تساهم المواقع الإسلامية في إثراء الثقافة العامة.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

39- تصحح المواقع الإسلامية التي أتصفحها بعض المفاهيم والأخطاء السائدة.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

40- تعتبر المواقع الإسلامية مصدرا هاما للتعرف على اهتمامات ومشاكل المجتمع.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

41- تساهم المواقع الإسلامية في تغيير بعض آراء مستخدميها.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

42- تساهم المواقع الإسلامية في تغيير بعض سلوكات مستخدميها.

موافق بشدة ☐ موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة ☐

43- ما هي اقتراحاتك للتحسين من أداء المواقع الإسلامية؟

....

....

البيانات الشخصية

السؤال الأول: -الجنس - ذكر ☐

- أنثى ☐

السؤال الثاني: -التخصص ....

شكرا على المساعدة

الفهـــارس

فهرس الآيات القرآنية

الحج	{... يَدْعُو لَمَن ضَرُّهُ أَقْرَبُ مِن نَّفْعِهِ }	13	41
المؤمنون	{ رَبَّنَا أَخْرِجْنَا مِنْهَا فَإِنْ عُدْنَا فَإِنَّا ظَالِمُونَ }	107	5
فصلت	{ ...وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ }	33	2
المعارج	{ تَدْعُو مَنْ أَدْبَرَ وَتَوَلَّى }	17	41

فهرس الجداول:

فهرس جداول عادات وأنماط تصفح المواقع الإسلامية:

فهرس جداول الاتجاهات نحو المواقع الإسلامية:

قائمة المصادر والمراجع:

1- الكتب:

1- أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط (2)، 2005م).

2- البشير قلاتي: دراسات في مسار وواقع الدعوة الإسلامية في الجزائر (الجزائر: منشورات مكتبة إقرأ، ط (1)، 2007م).

3- تركي بن أحمد العصيمي: كيف نخدم الإسلام من خلال الإنترنت (الرياض: دار المعارج للنشر والتوزيع، ط (1)، 1421هـ).

4- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط (2)، 2001م).

5- حمدي حسن: مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال (القاهرة: دار الفكر العربي، ط (1)، 1987م).

6- ربحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي: تسويق المعلومات (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ط (2)، 2006م).

7- ربحي مصطفى عليان، حسن أحمد المومني: المكتبات والمعلومات والبحث العلمي (عالم الكتب الحديث، ط (1)، 2006م).

8- سعيد التل وآخرون: مناهج البحث العلمي؛ الإحصاء في البحث العلمي (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط (1)، 2006م).

9- سميح عاطف الزين: علم النفس؛ معرفة النفس الإنسانية في الكتاب والسنة (بيروت: دار الكتاب اللبناني، ط(1)، 1411هـ- 1991م، مج (2)).

10- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام؛ دراسات في مناهج البحث العلمي (القاهرة: عالم الكتب، ط (2)، 1999م).

11- سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي؛ بحوث الإعلام (القاهرة: عالم الكتب، ط (2)، 1995 م).

12- شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية؛ دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط (1)، 2005م).

13- صالح عمر سعادة وآخرون: مقدمة إلى الإنترنت (عمان: مكتبة المجتمع العربي، ط (1)، 2007م).

14- عاطف الزين: علم النفس(بيروت: دار الكتاب اللبناني، ط (1)، 1411هـ- 1991م، مج (1)).

15- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط (1)،

2006م).
16- عبد الرحمان بن محمد بن قاسم العاصمي النجدي الحنبلي: مجموع فتاوى شيخ الإسلام أحمد بن تيمية، مج (15).
17- عبد العزيز بن عثمان التويجري: العالم الإسلامي في عصر العولمة (دار الشروق، ط(1)، 2004م).
18- عبد الملك ردمان الدناني:الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت (القاهرة:دار الفجر للنشر والتوزيع،ط(1)، 2003م).
19- عبد النعيم محمد حسنين: الدعوة إلى الله على بصيرة (القاهرة: دار الكتب الإسلامية، ط (1)، 1405هـ- 1984م).
20- علاء عبد الرزاق السالمي: تكنولوجيا المعلومات (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، ط (2)، 2007م).
21- فتحي يكن: مشكلات الدعوة والداعية (بيروت: مؤسسة الرسالة، ط (16)، 1417هـ - 1996م).
22- قباري محمد إسماعيل: علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال؛ دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام (الإسكندرية: منشأة المعارف، ط (1)، دت).
23- ماهر محمود عمر: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية(مصر: دار المعرفة الجامعية، ط (2)، 1412هـ- 1992م).
24- محمد الغزالي: مع الله؛ دراسات في الدعوة والدعاة (القاهرة، دار الكتب الحديثة، ط (1)، د.ت).
25- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت (القاهرة: عالم الكتب، ط (1)، 2007م).
26- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب، ط (1)، 2000م).
27- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ط (2)، 2000م).
28- محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر (القاهرة، دار الفجر، ط (1)، 2004م).
29- مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباعات (دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط (1)، 2004 م).
30- مصطفى مشهور: من فقه الدعوة (دار التوزيع والنشر الإسلامية، ط(1)، 1415هـ- 1995م)،ج 1.
31- مي العبد الله سنو: الاتصال في عصر العولمة؛ الدور والتحديات الجديدة (بيروت: الدار الجامعية، ط (1)، 1999م).
32- مي العبد الله: الاتصال والديمقراطية (بيروت: دار النهضة العربية، ط (1)، 2005م).
33- نجم عبود نجم: الإدارة والمعرفة الإلكترونية؛ الاستراتيجية، الوظائف، المجالات (عمان: دار اليازوري العلمية، ط (1)، 2009م).
34- نور الدين أحمد النادي، رستم أبو رستم:فن الإخراج الصحفي (عمان:مكتبة المجتمع العربي،ط(1)،2004م).

2- الرسائل و المذكرات:

1- أحمد عبدلي: مستخدمو الإنترنت؛ دراسة ميدانية بولايتي سطيف وقسنطينة، رسالة ماجستير، قسم الدعوة

والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة،2002 -2003 م.

2- حسينة قيدوم: الإنترنت واستعمالاتها في الجزائر – دراسة في عادات وأنماط وإشباعات الاستعمال بالجزائر العاصمة، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002 -2001 م.

3- زرزايحي زوبير: مشاهدة طلبة جامعة جيجل الفضائيات العربية الدينية الإسلامية؛ دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة –، 2008- 2009م.

4- سميرة رابح بوعيشة: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت؛ مقارنة بين منهجي الشبكة السلفية وشبكة إسلام على الخط في الدعوة، مذكرة ليسانس، قسم الدعوة والإعلام، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة–، 2002- 2003م.

5- الطيب برغوث: منهج النبي – صلى الله عليه وسلم– في حماية الدعوة والمحافظة على منجزاتها خلال الفترة المكية، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الجزائر، 1412- 1413هـ، 1991- 1992م.

6- عيسى بوعافية: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة–، 2003- 2002م.

7- لخضر بن غنام: الإشباعات الخارجية وأثرها على دافعية العمال داخل المنظمات؛ دراسة ميدانية على عمال التربية بمقاطعة صالح باي – ولاية سطيف–، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمود منتوري – قسنطينة–، 2007- 2006م.

8- محمد الطيب زاوي: الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر؛ مع دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقعا إسلاميا على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003- 2004 م.

3- المعاجم والقواميس:

1- ابن منظور: لسان العرب (بيروت: دار الجيل، 1408هـ، 1911م)، م (2)، ج (2).

2- أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا: معجم مقاييس اللغة (دار الفكر، ط (1)، 1399هـ، 1979م)، ج(2).

3- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط (1)، 2004م).

4- الصحف والمجلات:

1- أحمد أبو زيد: المواقع التنصيرية على الشبكة تزيد عن المواقع الإسلامية بمعدل 1200% (جريدة العالم الإسلامي).

2- أحمد بن علي بن محمد المشيخي: تقرير عن الندوة الإقليمية حول: " صناعة وسائل الاتصال الإلكترونية في العالم الإسلامي"، مسقط، ديسمبر 2002م، مجلة المستقبل العربي (ع (291)، 2003م).

3- أحمد محمود أبو زيد: " استغلال الإنترنت في الدعوة الإسلامية ضرورة ملحة لمواجهة الخطر التنصيري وغيره من الحملات والمخططات المعادية للإسلام"، جريدة العالم الإسلامي.

4- خلف سرحان القرشي: " موقع الإسلام على الشبكة الجهد والتميز"، مجلة الحرس الوطني(ع (213)، ذو الحجة 1420هـ- مارس 2000م).

5- ذياب عبد الكريم: " كيف تنجح في إدارة موقعك على الإنترنت"، مجلة الفرقان (ع (332)، 2005م).

6- (علي الحمادي: " الإنترنت"، جريدة العالم الإسلامي (ع (1967)، الإثنين 5 / 2 / 2007م.

7-لطفي عبد اللّطيف: " المسلمون في مواجهة الإنترنت "، مجلة المستقبل الإلإسلامي (ع(84)، ربيع الثاني 1419هـ- أوت 1998م).

8- لندن-نسيج: " مسلمو بريطانيا يتصدون لحملة تزوير القرآن عبر الإنترنت"، جريدة العالم الإسلامي (ع (1995)،7 شعبان 1428هـ - 20 أوت 2007م).

9- محمد الحبيب الهيلة: " جوانب من مشكلات الخطاب الإسلامي"؛ من بحوث مؤتمر مكة المكرمة الثامن 1428هـ، مجلة الرابطة (ع(501)، صفر 1429هـ - فيفري 2008م).

10- نصر الدين لعياضي: " الشباب الإماراتي والإنترنت؛ استخدام الإنترنت والسلوك الثقافي "، مجلة الإذاعات العربية (ع (3)، 2005م).

11- نور الدين بومهرة، ماجدة حجار: " الإنترنت: مفهومها..."، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية (ع (12)، جوان 2005م).

5- مواقع الإنترنت:

1- أحمد حسين: " إسلام أون لاين" موقع شباب الإمارات المفضل، عن موقع " antom life. Com http://" تاريخ النشر: 21- 12- 2000م، تاريخ الزيارة: 02- 02- 2010م.

2- خلف سرحان القرشي: موقع " الإسلام على الشبكة" الجهد و التميّيز، المجتمع الإلكتروني حكر على النخبة في العالم الإسلامي، ... المواقع الإسلامية على الإنترنت، عن موقع " www. minshawi. Com //http: "،

تاريخ الزيارة: 22- 01- 2010م.
3- شبكة الرشيد العراقية: "www. Alrasheed net. Com "، تاريخ الزيارة: 18- 03- 2010م.
4- من نحن ، عن موقع " www. Islam on line. net"، تاريخ الزيارة: 15- 01- 2010م.
5- وكالة أنباء أمريكا إن أرابيك: "هجوم على القرضاوي وإسلام أون لاين من منظمة يهودية نافذة "، عن موقع القرضاوي، تاريخ النشر: 19- 7- 2009م، تاريخ الزيارة: 12- 01- 2010م.

فهرس الموضوعات